



**BLOGUEIRAS DE MODA EM VITÓRIA DA CONQUISTA: CONTINUIDADES E
DESCONTINUIDADES NA MEMÓRIA**

Heloar Vasconcelos Ribeiro¹
Maria Salete de Souza Nery²

INTRODUÇÃO

Esse trabalho, ainda em andamento, tem como objetivo analisar as possíveis influências das blogueiras ou *bloggers* de moda conhecidas nacionalmente na atuação das blogueiras de Vitória da Conquista como uma questão ligada ao tema da memória. Para tanto, tomamos como objetivos específicos: 1) discutir os blogs de moda e as blogueiras de moda, como também a transição dos blogs para o *Instagram*, rede social que tirou um pouco do foco de leitura dos diários virtuais, mas popularizou ainda mais as blogueiras; 2) descrever e interpretar a moda em Vitória da Conquista na década de 1960 a partir das revistas de moda, notícias sobre eventos como concursos de beleza e desfiles, percebendo como as influências de moda se davam naquele período e quais as transformações no que se refere ao hoje; e 3) discutir a memória a partir das relações entre as *bloggers* celebridades e as de Vitória da Conquista.

Levando em consideração o fenômeno dos blogs de moda e a influência que as blogueiras exercem sobre seus seguidores/leitores, bem como o surgimento de grande número de pessoas que aderem a essa nova profissão também em cidades do interior como Vitória da Conquista, é interesse dessa pesquisa fazer uma relação entre o comportamento das blogueiras do município e a influência dos blogs mais famosos no Brasil, pois os blogs de moda que compõem de forma crescente o ciberespaço são acessados diariamente por seus assíduos leitores e trazem consigo não apenas o simples interesse de dividir informações sobre os mais variados temas. Há neles a exposição de um modo de vida, bem como o desejo de pertencer ao grupo que desfruta desse modo de vida que é visivelmente para poucos, haja vista a quantidade de postagens sobre viagens

1 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Endereço eletrônico: luavr@hotmail.com

2 Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia. Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e credenciada junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da mesma instituição. Endereço Eletrônico: saletenery@uol.com.br



para as semanas de moda de Londres ou Paris, além da descrição minuciosa de roupas e acessórios que carregam marcas como *Chanel* ou *Balenciaga*, na seção *Look do dia*. Assim, a questão norteadora desse estudo é se há possibilidade de pensar em uma memória que relacione o comportamento das blogueiras de moda da cidade de Vitória da Conquista com as blogueiras de moda conhecidas nacionalmente.

METODOLOGIA

O estudo será realizado a partir de pesquisa bibliográfica que contemple os temas moda, consumo, blogs de moda e memória. O principal eixo da discussão é oferecido pelas contribuições teórico-metodológicas de Paul Ricoeur (memória), Georg Simmel (moda) e Pierre Bourdieu (*habitus*, gosto e distinção). A intenção é entender como se dão os processos de transmissão, incorporação e atualização do gosto por moda, das classificações em moda e do próprio modo de atuar nos blogs e *Instagram* a partir das discussões sobre memória. É neste sentido que a noção de *habitus* de Pierre Bourdieu é mobilizada junto às contribuições de Paul Ricoeur a respeito dos modos de operação da memória. Como suporte empírico, serão analisados os conteúdos dos blogs/*Instagram* e também serão realizadas entrevistas semi-estruturadas com as blogueiras da cidade de Vitória da Conquista. O município tem um número expressivo de pessoas que aderiram a essa nova profissão de blogueiras, no entanto foram escolhidas as que direcionam o conteúdo de suas redes sociais à moda de vestimenta e *lifestyle*, ou seja, que exploram atividades do seu cotidiano variando entre o trabalho e dicas de lazer. Assim, foram escolhidas quatro blogueiras, a saber, Ellen Lapa, Lorena Dias, Karen Costa e Enaira Nicoletti.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A influência dos meios digitais na vida cotidiana da atualidade, nos leva a problematizar os blogs de moda como espaço cibernético em que um estilo de vida é seguido ou ao menos almejado, considerando o crescente número de homens e mulheres de vários países do mundo que tomaram para si um comportamento de *bloggers*,



evidenciando seu desejo de acumular o grande número de seguidores, os inúmeros presentes e a parceria das grandes marcas de roupas, acessórios e cosméticos, as viagens patrocinadas para destinos nacionais e internacionais e, é claro, o retorno financeiro que toda essa visibilidade trará.

Não se pode dizer, no entanto, considerando as blogueiras de Vitória da Conquista e a influência das blogueiras muito famosas em seu comportamento, que essas referências de moda não existiam na cidade em momentos anteriores, haja vista o consumo e produção de moda nas décadas de 1950 e 1960 amplamente influenciado pelas “moças de família”, geralmente pertencentes às classes média e alta, que eram as principais responsáveis por trazer a moda de cidades maiores, por “reproduzir as roupas das mulheres de Salvador”, ir ao cinema e copiar os modelos das atrizes e levar para as costureiras, bem como difundir o que liam sobre moda em revistas como *O Cruzeiro*, *Jornal das Moças*, *Fatos e Fotos*, etc., e participar dos concursos e desfiles de moda que aconteciam na cidade, como, por exemplo, os desfiles da Bangu, tecelagem que patrocinava os eventos (MATOS, 2009).

Dito isto, nos dois períodos relatados é possível observar a continuidade de comportamentos, a existência de pessoas como referência de moda a estabelecer ligações entre o próximo e o distante geográfica e socialmente promovendo conexões de gostos, consumo e modos de vida, considerando sempre que os meios de transmissão foram se modificando. Na sociedade atual, pode-se dizer que é pouco provável que alguém vá seguir um estilo pré-definido pela vida toda. Conforme crescemos, mudamos e adaptamos os nossos objetivos, também o estilo vai seguindo essas alterações. A questão dos rótulos e da identificação das preferências de alguém através do que ela veste é bem comum, principalmente nos jovens; o que acontece é uma mudança no modo de vida e nos grupos sociais, e, com isso, uma adaptação ao modo de vida e ao grupo ao qual o indivíduo pertence/se identifica.

Assim, segundo Georg Simmel (2008), a vida social é regida por um dualismo, sendo uma de suas vertentes a tendência para a imitação e a outra para a distinção. Tomando a moda como forma fundamental da dualidade, nela estão presentes o desejo de imitar e a necessidade de distinção. O parecer igual ao outro ao mesmo tempo em que coloca o indivíduo como pertencente de um grupo social, liberta-o “da dor da escolha e deixa-o, sem mais, aparecer como um produto do grupo” (SIMMEL, 2008, p.23), também o leva a um estágio mais avançado de querer se distanciar. Na moda, a imitação conduz o indivíduo a fazer parte de um grupo; na distinção, permite que as classes se diferenciem.

Bourdieu (2007) faz avançar a discussão de Simmel ao discutir a internalização das estruturas sociais nos comportamentos individuais. Para este autor, há um jogo constante



de interiorização e exteriorização do mundo social que faz com que os indivíduos ajam em função de disposições de grupo que vão adquirindo ao longo do tempo e a partir da relação com os outros. São diferentes *habitus* integrados como *habitus* individual que compõem, inclusive, os gostos de grupos de indivíduos e canalizam seus posicionamentos em termos até de escolhas de consumo. Esses grupos, a que o autor denomina classes, se distinguem entre si, e essa distinção remonta a hierarquizações e relações de poder que são estabelecidas e que estão na base das relações de imitação/distinção a depender do capital simbólico que se possui e da relação deste com outros capitais, como o econômico e o cultural. Assim se definem gostos, formas de consumo, aquilo que é consumido quanto a diferentes produtos, dentre os quais os produtos de moda.

Pensando na relação comportamental das blogueiras de moda celebridades com as de menor visibilidade, como também nas “moças de família” que representavam certa referência de moda nos anos 1960, nos remetemos à moda como memória, ao passo que os grupos sociais constroem imagens próprias de mundo, estabelecendo relações com o passado através da comunicação, mas também a partir de recordações individuais. Como assevera Ricoeur (2007), sem desprezar as noções de memória como pertencente ao si mesmo e de memória coletiva, no fenômeno memória existe uma correlação entre o eu e o outro, ou seja, se tomarmos a linguagem como um forte traço de uma cultura e algo usado pelos indivíduos de determinada comunidade, veremos que essa manifestação mnemônica tanto interage com a coletividade quanto com o sujeito que é o detentor dessas lembranças e assim se estabelecem continuidades, ao mesmo tempo em que atualizações do passado às condições presentes.

É o que acontece com a moda, a produção de gosto e a reprodução de comportamentos, pois o modo de agir das blogueiras conquistenses traz consigo tanto a exposição de conteúdos e modos de vida que dizem respeito a Vitória da Conquista quanto anunciam contornos mais amplos de uma influência que vai além do universo virtual. Quando os posts das conquistenses fazem referência, por exemplo, ao “look do dia” elas transmitem algo de individual que é simultaneamente coletivo, que é um estilo próprio de se vestir, ao mesmo tempo em que reproduzem uma prática muito comum das *bloggers* celebridades, que é fazer publicidade com roupas de marcas que pagam para estarem atreladas a imagem delas.

CONCLUSÃO



Diante do exposto, é possível concordar com a opinião de Simmel (2008) e Bourdieu (2007) quando apontam para o movimento de imitação e distinção, nos quais ao mesmo tempo em que se quer pertencer a um grupo também observa-se um comportamento de distinção entre esses mesmos grupos de indivíduos. Percebemos no comportamento das blogueiras conquistenses com relação às nacionais que há uma atualização de práticas que trazem consigo a internalização do *habitus* de grupos que são externalizados como práticas individuais. Assim, estabelece-se o elemento de continuidade e descontinuidade que permite falar em memória e que, pelo percebido, não pode ser limitado a questões de conteúdo, no que se refere aos blogs, mas está ligado às estratégias de transmissão de conteúdos, um modo, por fim, de enquadramento do mundo que articula não apenas passado e presente, ao observarmos a atualização das referências de pessoas de “bom gosto” das moças de família nas atuais blogueiras, mas também as atualizações que dizem respeito às web-celebridades nacionais e as blogueiras de Conquista, amarrando temporalidades e espaços distintos, que passam a estar conectados pelo fio da memória.

Palavras-chave: Moda. Consumo. Blogs de moda. Imitação. Distinção.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. 2007. **A Distinção:** crítica social do julgamento. São Paulo/Porto Alegre, EDUSP/Zouk, 556 p.

MATOS, Juscelina Bárbara A. **Costurando moda:** uma análise das práticas vestimentares femininas em Vitória da Conquista - Ba (1950-1965). Dissertação de Mestrado, Pós-Graduação em Cultura Visual – Universidade Federal de Goiás, 2009.

RICOEUR, P. **A Memória, a história, o esquecimento.** Campinas, Unicamp, 2007.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos.** Lisboa: Texto & Grafia, 2008.