

A moda de *Passione* nos blogs¹

The fashion of Passione in the blogs

Daniela Schmitz (UFRGS)²
Carla Gonçalves Dellagnese (UFRGS)³
Fernanda Prestes (UFRGS)⁴

Resumo

A proposta deste texto é discutir a circulação de conteúdos sobre a moda da telenovela *Passione* na blogosfera brasileira. Busca-se compreender que tipo de conteúdo sobre a moda da telenovela circula e onde especificamente esse material é publicado. Desta forma, nosso objetivo é contribuir para as pesquisas acerca da produção na esfera da audiência e consumo, assim como aprofundar o estudo da relação moda e telenovela. Os principais resultados nos levam a inferir que, tal qual o ciclo de obsolescência programada da própria moda, os conteúdos sobre a moda na telenovela gerados no âmbito da audiência também obedecem a ciclos de interesse do próprio público.

Palavras-chave: moda, telenovela, blogs.

Abstract

The purpose of this paper is to discuss the circulation in the Brazilian blogosphere of content on fashion in the soap opera *Passione*. We seek to understand what kind of content circulate about the fashion on the soap opera and where, specifically, this material is published. Thus, our goal is to contribute to research on production in the consumption and audience sphere, as well as further study of the fashion and soap operas relation. The main results lead us to infer that, like the cycle of planned obsolescence of fashion itself, the content on fashion in the soap opera produced in the audience also obey the cycles of interest of the public itself.

Key words: fashion, telenovela, blogs

Introdução

A proposta deste texto é discutir a circulação de conteúdos sobre a moda da telenovela *Passione* (Rede Globo, 2010) na blogosfera brasileira. A problemática e os dados aqui discutidos fazem parte de uma pesquisa vinculada ao Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva, mais especificamente à Rede Obitel Brasil⁵. Nela, a proposta foi investigar a ficção televisiva em múltiplas plataformas,

¹ Artigo apresentado no GT Moda, mídia e estilos de vida, do 7º Colóquio de Moda, realizado em Maringá, no Paraná, entre os dias 11 e 14 de setembro de 2011.

² Publicitária, professora substituta do curso de publicidade e propaganda da UFRGS, doutoranda do PPGCOM da UFRGS, venuss@terra.com.br.

³ Aluna do último semestre do curso de publicidade e propaganda da UFRGS, carladellagnese@gmail.com.

⁴ Aluna do último semestre do curso de relações públicas da UFRGS, fenprestes@hotmail.com.

⁵ O Obitel nacional é coordenado pela Prof.^ª Dr.^ª Maria Immacolata Vassalo de Lopes e a pesquisa “Ficção televisiva em múltiplas plataformas: circulação e consumo de telenovela” é coordenada pela Prof.^ª Dr.^ª Nilda Jacks.

enfocando os fluxos da circulação e do consumo em três diferentes esferas: o que é gerado pelo próprio emissor, que inclui as estratégias de veiculação e divulgação do produto midiático *Passione* a partir da Rede Globo; o que emana de outras mídias não pertencentes ao emissor da telenovela (jornais e revistas); e os fluxos construídos pelos receptores, para identificar, no âmbito do consumo, a circulação social dos conteúdos acerca da telenovela, acompanhando como essa é deslocada para outras plataformas.

Neste artigo, discutiremos dados referentes à terceira esfera, relativa à audiência e ao consumo. Para a pesquisa supracitada, trabalhamos com as produções acerca da telenovela *Passione* nas seguintes plataformas midiáticas: Twitter, Orkut, Facebook e blogs, e ainda no ambiente *off line*, realizamos um grupo focal com seis receptores adolescentes da telenovela, pertencentes à classe C. Nosso objetivo, neste artigo, é discutir, dentro da terceira esfera, somente a produção sobre a moda da telenovela *Passione* nos blogs caracterizados como sendo “de moda”. Mas, para que seja possível compreender a representatividade desses dados no universo que envolveu a pesquisa, trataremos também de alguns resultados mais gerais sobre *onde Passione* circulou no âmbito dos blogs e *o que* especificamente circulou nesse ambiente.

Antes, porém, cabe apresentar o protocolo metodológico construído para dar conta da problemática da circulação da telenovela. *Passione* esteve no ar de 17 de maio de 2010 a 15 de janeiro de 2011. Para que se pudesse mapear de forma mais ampla os fluxos no consumo e a circulação da telenovela nas três esferas de observação, definiu-se que a coleta de dados se daria em três momentos importantes da narrativa: lançamento de *Passione* (de 15/05/10 a 15/06/10); meados da trama (dias 26/08/10, 03/09/10, 11/09/10, 19/09/10, 27/09/10, 05/10/10 e 13/10/10, construindo assim uma semana composta para análise); e a reta final da novela (dias 07, 09, 11, 13, 15, 17 e 19 de janeiro de 2011, ou seja, dias alternados na última semana de exibição e na seguinte).

Quanto aos procedimentos metodológicos específicos do ambiente dos blogs, a coleta de dados foi realizada nos dias acima mencionados, entre 23h e 00h, a partir dos resultados do *Google* para a pesquisa da palavra “*Passione*”, utilizando o filtro ‘blogs’⁶. A partir da ferramenta “*NitroPDF*”⁷, foram capturadas as páginas de

⁶ O *Google* oferece algumas ferramentas para filtragem das pesquisas.

resultados 1, 2 e 3; 11, 12, e 13; 21, 22 e 23; 31, 32 e 33; 41, 42, 43; 51, 52 e 53, o que soma um total de 180 posts salvos diariamente com a utilização da palavra *Passione*. Parte desse material se repete ao longo da coleta, porém a intenção foi mapear a circulação da telenovela de forma ampla, não havendo restrição aos primeiros resultados do *Google*, que apresentam os blogs de maior relevância⁸.

Para a análise destes dados, excluímos do *corpus* as ocorrências que não foram classificadas como *blog* (alguns dos resultados eram, na verdade, portais de notícias); não se referiam à novela; estavam em outros idiomas; estavam fora do ar no momento da categorização; e que se referiam a produtos das organizações Globo, como o blog do jornal *Extra*, ou faziam parte da mídia de massa, como os blogs da revista *Contigo e Tititi*⁹. No total, foram analisados 1.732 *posts* em 1.411 blogs, nos três períodos de coleta, lembrando que cada postagem apareceu uma única vez em nossas tabelas.

Passione nos blogs em geral

Inicialmente, gostaríamos de apresentar alguns dados gerais sobre a circulação da telenovela nos blogs. As produções sobre *Passione* na blogosfera tiveram clara proeminência em blogs cujos temas estavam centrados no universo da TV, variedades e moda – categorias que se mantiveram nos três primeiros lugares nos três períodos analisados. No total, identificamos 60 diferentes categorias de blogs (baseadas em suas temáticas), que, de alguma forma, citaram, discutiram, comentaram e/ou analisaram *Passione*.

Da mesma forma que percebemos a pluralidade dos tipos de blogs nos quais a telenovela circulou, também nos deparamos com uma grande produção de conteúdos sobre ela. Assim, com base nas análises empreendidas, foi possível

⁷ Software utilizado para salvar páginas de internet com extensão pdf.

⁸ De acordo com a Wikipédia, o Google Search é baseado no sistema “PageRank”, que se trata de “um algoritmo desenvolvido pelos próprios fundadores do Google - Larry Page e Sergey Brin - na Universidade de Stanford, que atribui uma pontuação (um PageRank) a páginas web, de acordo com a quantidade e a qualidade das ligações (externos ou internos) que apontem para ela; [...]. Em outras palavras, quanto mais ligações existirem apontando para uma página, maior é seu grau de importância no Google. Como consequência, essa página tem maior probabilidade de obter um bom posicionamento nas buscas, pois o PageRank indica que a comunidade da Web (por meio de ligações) elegeu aquela página como de maior relevância o assunto pesquisado. Além disso, o Google analisa os assuntos mais pesquisados e verifica quais sites tratam aquele tema de maneira significativa. Para isso, ele checa a quantidade de vezes que o termo pesquisado aparece na página, por exemplo”. Disponível em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Search>. Acesso em 18/08/2010.

⁹ Esse material estava sendo analisado nas outras esferas que faziam parte da pesquisa maior, ou seja, faziam parte dos dados da esfera do emissor e das outras mídias, conforme já citado.

afirmarmos que *o que* mais circula sobre *Passione* são informações sobre moda, audiência, acontecimentos da trama, trilha sonora, celebridades, expectativas/especulações sobre a trama, análise/críticas. Essas sete temáticas se revezaram nas cinco primeiras colocações dos temas dos *posts* analisados, sendo que moda e a trama são os únicos que se mantiveram nas cinco primeiras colocações nos três períodos, demonstrando que são conteúdos de grande importância para os blogueiros.

No primeiro período de coleta, relativo à estréia de *Passione*, destacamos que os conteúdos sobre moda estiveram em primeiro lugar, confirmando o papel que a telenovela ocupa como lançadora e divulgadora de tendências de moda no Brasil, o que inclui o figurino da novela, mas também a roupa das atrizes na festa de lançamento deste produto televisivo. Indicamos também que esse item agrega os *posts* sobre moda e beleza em geral (cabelos, batom e esmaltes das personagens receberam destaque).

Na segunda etapa de observação (metade da trama), a temática moda ainda continuava em primeiro lugar em relação aos assuntos que mais circulavam no ambiente dos blogs. Já no terceiro período de observação (final da telenovela) o tema moda caiu para a quinta colocação, alcançando menos da metade do número de postagens das etapas anteriores.

Deste modo, julgamos que a temática moda teve grande relevância nos assuntos que circularam sobre *Passione* na blogosfera brasileira, como pudemos perceber de acordo com os dados de caráter quantitativo que apresentamos. Porém, para compreendermos melhor esse fenômeno da relação moda, telenovela e blog, neste artigo iremos analisar os conteúdos publicados sobre a moda da telenovela nos blogs que tratam preferencialmente da temática moda. Assim, após excluirmos os que não pertenciam à categoria blogs de moda, nem a tinham como temática central no *post*, chegou-se a um total de 143 postagens – 61 na primeira etapa de coleta, 54 na segunda e 28 na terceira – as quais analisaremos neste artigo.

Antes de apresentarmos alguns resultados, discutiremos sucintamente acerca da relação da moda com a telenovela e também da primeira com os blogs.

A moda e a telenovela

A relação da moda com a telenovela vem de longa data. Na Rede Globo, por exemplo, emissora internacionalmente reconhecida por suas produções nesse gênero, em praticamente todas as telenovelas do horário nobre algum item que compõe o figurino das personagens é alçado à categoria de tendência de moda. A própria Globo vê o potencial desse produto midiático em relação ao universo da moda: “A TV é um referencial, principalmente entre os que não podem se atualizar por meio das revistas especializadas nem freqüentar o circuito da moda” (MEMÓRIA GLOBO, 2007, p. 329).

Dentro desse contexto, Monçores (2009) lembra que, na maioria das vezes, os itens das novelas que viram febre são, em grande parte, acessórios de baixo custo, possibilitando o acesso a diferentes camadas econômicas. E isso ocorre desde a década de 1970, quando a temática da moda nas novelas brasileiras ganhou maior destaque, impulsionada pelo sucesso da novela *Dancin' Days* (1978-1979) e dos *looks* da personagem central da trama, Julia Mattos, interpretada por Sônia Braga. Segundo Palomino (2002, p. 79), nesse período, “a TV começava uma trajetória de incrível influência sobre o estilo, a moda, e o comportamento no país”. Portanto, em mais de três décadas, “várias criações saltaram da TV para os salões de beleza, as lojas e mesmo as bancas de camelô. Tudo passou a ser copiado, em uma espécie de customização popular, alimentada por confecções espalhados por todo o Brasil” (MEMÓRIA GLOBO, 2007, p. 330).

Para Monçores, esta busca pelos looks das telenovelas, se dá, em geral, pelo envolvimento que o público cria com a história e com os personagens:

é fato que a televisão como veículo de entretenimento de massa é capaz de sugerir novos usos ou mesmo despertar o interesse por antigos quando estes são colocados como objetos na narrativa do mundo imaginário. [...] E no caso específico das telenovelas, é possível dizer que os produtos são embalados nos dramas vividos pela personagem (2009, p.3)

Com base nessa argumentação, relacionando-a à narrativa de *Passione*, a novela já nasceu com uma estreita relação com a moda, pois uma de suas personagens, Melina (Mayana Moura), era uma jovem e descolada estilista de produtos para ciclistas. É interessante salientar a importância do figurino na

composição dessa personagem, com referências buscadas no blog The Sartorialist¹⁰ e em fotos de *fashionistas* achados nas ruas das principais capitais do mundo, assim como as últimas coleções das semanas de moda internacionais, segundo o site Memória Globo¹¹ (2011). A personagem, inclusive, ganhou um blog¹², o único oficial da telenovela *Passione*¹³.

Apesar de a moda ter forte relação com a estilista Melina, outros núcleos da novela possuíam personagens propícios para “gerar moda”. Um exemplo desses é a personagem Clô (Irene Ravache), esposa de Olavo (Francisco Cuoco), conhecido como “Rei do Lixo”, devido ao seu empreendedorismo na disseminação de técnicas de preservação ambiental baseadas na reciclagem do lixo. A personagem é caracterizada por roupas e acessórios extravagantes, além de seu fascínio pela alta sociedade paulistana. Segundo o site da novela (PASSIONE, 2011), “a personagem, fã de roupas de marca, não sabia adequá-las às ocasiões, e exagerava nos acessórios, usando uma maquiagem cuja paleta de cores ia do laranja ao dourado”. Clô tem ainda uma enteada, Jéssica (Gabriela Duarte), que faz o estilo “perua”, “patricinha”, com muitos laços e babados. “a personagem estava sempre muito arrumada, tendo como referência as celebridades das revistas” (PASSIONE, 2011). Outras personagens, principalmente as femininas, também tiveram características marcantes no que se refere à moda, como roupas, acessórios, cortes de cabelo, entre outros, o que se revelará um atrativo para o público, como se poderá ver quando forem analisadas as postagens sobre a moda da novela nos *blogs*.

Blogs de moda

A ideia aqui não é retomar toda a história de surgimento dos blogs, para os propósitos deste artigo, iremos discutir brevemente a questão dos blogs de moda, pois nosso objetivo é analisar o que circulou sobre a moda da telenovela *Passione* nos blogs classificados como “de moda”.

¹⁰ Importante blog de moda, dentro do gênero street style. Disponível em: <http://thesartorialist.blogspot.com/> Acesso em: 09/06/11.

¹¹ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/> Acesso em : 08/06/11.

¹² Disponível em: <http://passione.globo.com/platb/blogdamelina/> Acesso em: 08/06/11.

¹³ Este blog não foi analisado na esfera da audiência, âmbito discutido neste texto. Mas é importante atentar que a própria Globo já percebeu o potencial deste tipo de ferramenta, sendo recorrente nas três últimas telenovelas do horário das 21h, as quais tiveram blogs criados para personagens.

O surgimento dos blogs data de 1998, mas em 1999, com o surgimento de ferramentas que simplificavam sua publicação, como o *Blogger*¹⁴ e o *Groksoup*¹⁵, criados pela Pyra¹⁶, esse número logo aumentou consideravelmente (RECUERO, 2003).

A partir dessa simplificação no processo de criação e manutenção de blogs, a relação entre moda e Internet tornou-se ainda mais próxima. Por se tratar de uma ferramenta simples, dinâmica e gratuita – diferentemente dos *sites* comuns -, qualquer pessoa que desejar emitir sua opinião sobre desfiles, dividir dicas de beleza e produtos ou apresentar um olhar crítico sobre a moda, por exemplo, pode criar um *blog*.

Conceitualmente, os *blogs* de moda são publicações temáticas (pessoais ou coletivas) disponibilizadas gratuitamente na Web, que tratam de assuntos que circunscrevem a moda (comportamento, consumo, tendências, coberturas de *fashion weeks* ou coleções, estilo, design, beleza, música, celebridades, entre outros afins) de forma opinativa (HINERASKY, 2010, p. 7).

Hinerasky (2010) ainda argumenta que os *blogs* de moda consagraram-se como manifestações culturais, com uma ideia de liberdade em relação à pauta, com redatores que não dependem de nenhuma editoria, departamento comercial de empresa jornalística, ou mesmo da publicidade e/ou anunciantes.

A autora, no mesmo artigo, também afirma que os blogs de moda são um dos locais na internet que mais têm permitido que a moda seja discutida e admitida no cotidiano, devido à multiplicação dos mesmos.

Ainda segundo a autora, ao procurar por blogs de moda no *Google* usando o filtro “blogs”¹⁷, em novembro de 2009, eram encontrados cerca de 7 milhões de resultados. Hoje, tem-se aproximadamente 22 milhões¹⁸, mostrando um crescimento expressivo desses veículos. O que também se pode verificar na pesquisa empreendida para a Rede Obitel Brasil, pois os blogs com temática de moda estiveram nas três primeiras colocações nos três períodos de observação da pesquisa.

¹⁴ Disponível em: <http://www.blogger.com>. Acesso em: 15/03/2011

¹⁵ Esse website não está mais disponível.

¹⁶ Disponível em: <http://www.pyra.com>. Acesso em: 15/03/2011

¹⁷ Google Blogs. Disponível em: <<http://blogsearch.google.com.br/>>

¹⁸ Pesquisa feita em 05 de junho de 2011.

Blogs de moda e a moda de *Passione*

Aqui, apresentaremos os resultados relativos à análise do conteúdo dos *posts* sobre moda, publicados exclusivamente em blogs de moda do *corpus* construído na pesquisa da Rede Obitel Brasil. Nas 143 postagens analisadas em relação aos temas de moda da telenovela *Passione*, contabilizados 250 assuntos diferentes e registramos quantas vezes cada assunto aparecia.

Devido ao grande número de postagens sobre assuntos diferentes e visando uma maior representatividade do resultado, foram criadas categorias para classificar cada postagem de acordo com suas características. Os 250 assuntos foram enquadrados nas categorias de Acessórios, Cabelos, Calçados, Esmaltes, Extranovela¹⁹, Figurino²⁰, Maquiagem e Outros²¹, seguindo um critério de exclusão, ou seja, cada assunto só poderia ser incluído em uma única categoria. Ao final, foi obtido o seguinte resultado:

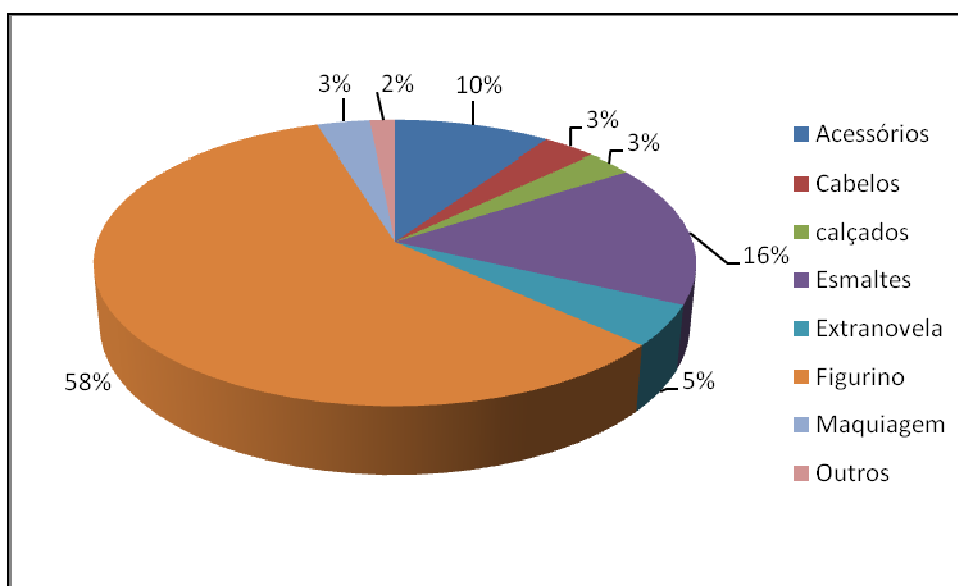


Gráfico 1: Resultado das postagens por categorias.

Na análise por categorias, constatou-se que 58% das postagens tratavam de figurino, mostrando que esse ainda é o tema que chama mais a atenção do público.

¹⁹ Foi usada a nomenclatura “Extranovela” para aquelas postagens não relacionadas diretamente à novela, mas aos componentes dela, como os atores, por exemplo.

²⁰ O termo “Figurino” foi usado aqui para se referir a tudo aquilo que se relaciona às roupas das personagens.

²¹ Na categoria “Outros”, incluem-se aqueles resultados que não se enquadraram em nenhuma das outras categorias, como um *post* contendo bonecas Barbies semelhantes aos personagens da novela, por exemplo.

Nesse resultado, também foi possível confirmar a ideia de que muito do que atrai o público sobre a moda da novela são aqueles itens de baixo custo e fácil adaptação, como os esmaltes, a maquiagem e os acessórios. No total, esse tipo de item soma 31% das postagens. Com isso, é possível perceber que, para o público, é muito mais fácil, ao invés de copiar o estilo de um personagem na sua totalidade, inserir pequenos detalhes que combinem com seu estilo pessoal, sem alterações radicais, como pintar as unhas com o mesmo esmalte ou usar um colar semelhante, entre outros. Dessa forma, ele não vai alterar completamente o seu estilo para seguir a moda da novela, mas vai estar de acordo com ela nos pequenos detalhes.

Devido à grande quantidade de *posts* tratando da moda de um personagem específico, foi feito ainda um levantamento de qual das personagens²² mais atraiu a atenção do público blogueiro analisado. Dos 250 assuntos diferentes abordados nos *posts*, 232 referiam-se a algum personagem específico, conforme pode ser visto na tabela abaixo:

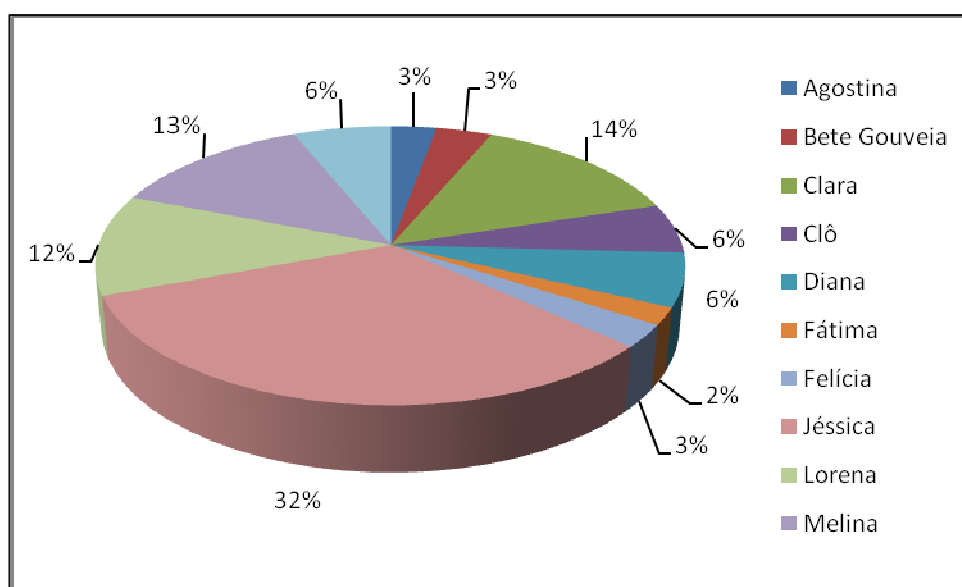


Gráfico 2: personagens que mais se destacaram nas postagens sobre a moda da novela.

Podemos perceber que, das 10 personagens mais citadas, a Jéssica foi a que mais se destacou, tendo uma ocorrência de 32% nas postagens. A personagem Jéssica e as personagens Melina e Lorena (terceiro e quarto lugares, respectivamente), fazem parte de famílias ricas na novela. Elas usam roupas e

²² Foram excluídos do resultado final aqueles personagens que apareceram duas vezes ou menos.

acessórios caros, vivem em casas grandes e confortáveis, possuem bons carros, viajam para o exterior (como é o caso da Melina). Ou seja, elas faziam parte da elite na história da novela, o que fez com que suas roupas e acessórios fossem desejados pelas telespectadoras, pois, dessa forma, poderia se dizer que estariam se aproximando da moda da elite.

Principalmente a Jéssica, que fazia um estilo “patricinha”, a filha de pai rico, que não precisa trabalhar e se veste sempre de forma impecável, trouxe um estilo que agradou ao público com seus vestidos de babadinhos, roupas cor de rosa e acessórios dourados, fazendo o estilo romântico.

Já a Clara, a segunda personagem que mais se destacou (14%), era a vilã da novela, o que por si só já lhe gera certo destaque. Ela alternou dois estilos: a “santinha”, com roupas discretas, sem mostrar muito do corpo, quando queria conquistar o protagonista Totó, e a vilã propriamente dita, com roupas justas e ousadas, quando estava planejando suas maldades.

Por fim, a Melina era a representação do novo na trama, o diferente, o ousado. Desde seu corte de cabelo até as unhas meia-lua, passando pelas roupas justas e incomuns, a estilista era a personificação da moda em *Passione*: o novo, a extravagância, o exagero, a inconstância nas formas e ornamentações (LIPOVETSKY, 1989, p. 23).

Para complementar, abaixo, também apresentamos uma tabela com os principais assuntos dos *posts*.

Tabela 1: os assuntos que mais se destacaram na totalidade das postagens

Assunto	Coleta 1	Coleta 2	Coleta 3	Total
Looks dos atores na festa de lançamento da novela	24	0	0	24
Blusa branca com saia preta e cinto vermelho da Jéssica	0	4	6	10
Colar de laço da Jéssica	1	3	6	10
Vestido azul marinho da Jéssica	4	4	2	10
Vestido rosa de babadinhos com cinto dourado da Jéssica	1	2	6	9
Coleção <i>Passione</i> Bottero	4	3	1	8
Esmalte da Bete Gouveia (Bali da Risqué)	2	4	1	7
Esmalte da Stella (<i>Passion</i> da Balb Lacquer)	3	3	1	7
Unhas da Melina (estilo "moon" - meia-lua)	2	4	1	7
Casaco rosa claro da Jéssica	0	3	3	6

No total das três coletas, não houve nenhum item diferente dos resultados anteriores. O assunto mais citado foi a roupa dos atores na festa de lançamento na novela, pois, apesar de só ter sido citada na primeira fase, ele teve um destaque além da média dos resultados das demais coletas. Ainda, apareceram cinco dos itens da *Jéssica*, ressaltando, mais uma vez, que a moda da personagem teve grande destaque perante o público. Novamente, os esmaltes estão presentes, inclusive as unhas “*moon*” da Melina, mostrando que eles foram bastante citados ao longo de todas as coletas, percorrendo toda a trama.

Considerações finais

Na análise até aqui empreendida e nos dados que dizem respeito à pesquisa da Rede Obitel Brasil é possível perceber a importância que o tema moda na telenovela tem para os blogueiros. Não é possível afirmar que eles tenham sido telespectadores da trama de *Passione*, acompanhando sua narrativa ao longo dos nove meses de exibição. Porém, é certo que ao menos se interessaram pela moda apresentada na telenovela, importante produto midiático na difusão de tendências para a um público massivo, sendo que o consumo desse conteúdo não necessariamente se deu via TV. O que foi possível perceber na pesquisa sobre a circulação e os fluxos do consumo da telenovela em multiplataformas é que o consumo de *Passione* pode se configurar de várias formas, com conteúdos provenientes da telenovela, mas também de outros programas de televisão (*Vídeo Show*, por exemplo). Sobre o consumo em outros meios, temos os jornais e revistas - pertencentes às organizações Globo ou não - fazendo circular conteúdos sobre *Passione*. Já na internet, temos os espaços oficiais da telenovela (site, blog, perfis oficiais no Twitter) e um grande número de sujeitos da esfera da audiência produzindo e reproduzindo material sobre *Passione* (incluindo conteúdos de moda) no Twitter, Facebook, Orkut e blogs. Neste último, objeto de nossa análise, a moda foi o principal assunto em circulação no primeiro e segundo período de observação. Ou seja, a moda apareceu como principal assunto comentado nos blogs em momentos em que o estilo das personagens ainda poderia ser tomado como uma novidade.

Uma das principais características do fenômeno da moda é a sua efemeridade, a obsolescência programada (Lipovetsky, 1989) que rege sua dinâmica. Na fase final da telenovela, não há mais “novidades” em relação ao estilo, figurino e beleza das personagens, o que contribuiu para que o número de postagens sobre o assunto reduzisse consideravelmente. Assim, pode-se inferir que, no âmbito dos blogs, as principais temáticas colocadas em circulação podem estar sendo pautadas pela agenda do emissor, tal qual sugere a hipótese da *agenda setting*. No caso da moda da telenovela, há toda uma preocupação em relação ao figurino das personagens, no que se percebe justamente uma estratégia da Globo de pautar a audiência sobre o que falar em relação à moda da novela, e quiçá, ao que vestir. Do mesmo modo, os assuntos que são colocados em circulação também podem estar sendo pautados pelos referentes do público, seguindo a lógica identificada por De Certeau (2007), obedecendo a “ciclos de interesse” dos internautas em relação ao assunto em pauta. Isso fica claro na temática moda, conforme já foi explicitado.

Referências

CERTEAU, Michel De. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HINERASKY, Daniela Aline. **Jornalismo de moda no Brasil**: da especialização à moda dos blogs. In: Anais do 6º Colóquio de moda. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MEMÓRIA Globo. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/>> Acesso em: 02 mai. 2011.

_____. **Entre tramas, rendas e fuxicos**. São Paulo: Globo, 2007.

MONÇORES, Aline. **Fads**: as novelas e as febres de moda. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 2009.

PALOMINO, Erika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PASSIONE. Disponível em: <<http://passione.globo.com>> Acesso em 02 mai. 2011.

RECUERO, Raquel. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**. Revista 404notFound, v1. n 31, 2003.