

A construção das It Girls: uma análise dos blogs de moda.

Vanessa Oliveira de Lima *

Professora Dra. Waltimar Batista Rodrigues Lula **

RESUMO

A proposta deste artigo é analisar blog de moda, a partir de sua complexa relação de comunicação com o sistema da moda, baseado em informações que são disponibilizadas nos blogs It Girl, Garotas Estúpidas e Petiscos. A hipótese que se apresenta é que as mesmas características do sistema da moda como individualismo, conforme elencadas por e Mesquita (2004) são referendadas e reiteradas nos blogs pesquisados, principalmente, a partir das evidências textuais percebidas mediante uma análise destes blogs que propõem a construção das it girls.

Palavras-chave: It Girls. Blogs de moda. Individualidade.

ABSTRACT

The purpose of this is to analyze blog fashion blog the complex links of communication with the fashion system, based on information that is available on the blogs It Girls, Garotas Estúpidas and Petiscos. They hypothesis presented is that the same system characteristics as ephemeral fashion and individualism, as listed Lipovetsky e Mesquita are confrimed and repeated in the blogs survey, mainly from evidence perceived by na analysis theses that propose the construction of It Girls.

Keywords: It Girls. Fashion Blogs. Individuality.

1. Introdução

O progresso da tecnologia, transformou muitos aspectos da sociedade e não foi diferente na moda. A internet, através dos blogs de moda, permite a difusão de informações relacionadas à moda no Brasil e no mundo. Tem-se acesso às fotos, às entrevistas, às coberturas dos principais dos desfiles

* Graduada em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba.

** Professora Dra. Waltimar Batista Rodrigues Lula do Departamento de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Estadual da Paraíba. Pesquisadora do mundo do trabalho, moda e costumes.

dos principais estilistas que inovam e criam uma efervescência temporal da moda. Tudo isso facilita o fenômeno de difusão das informações de moda, que atinge todas as classes sociais e cria necessidades. Os blogs divulgam o que está ou não está na moda, popularizou o acesso à efemeridade da moda e ao seu poder de estar presente no nosso cotidiano.

Os blogs de moda apontam as tendências e dão informações sobre o que acontece no cenário da moda, e têm criado uma nova cultura de feminilidade através das *it girls*. As *its* criam um rótulo diferente ao da musa perfeita, deixando de lado o estereótipo de uma princesa, para ascender ao perfil de uma pessoa “autêntica” que servirá como fonte de inspiração para outras meninas. Com sua personalidade, as *its girls* “criam” um estilo único e lançam tendências que fazem parte da efemeridade da moda.

Diante disto, o problema da nossa pesquisa, visa saber em que medida os blogs *It Girls*, *Garotas Estúpidas* e *Petiscos* têm influenciado a construção do perfil de individualidade das *It Girls*? Acreditamos que os blogs apresentam e reiteram determinadas características do complexo sistema da moda, como individualismo e multiplicidade. Os blogs postam sistematicamente o modo de vestir e objetos de moda – bolsas, sapatos, roupas e acessórios – que estão sendo usados pelas *it girls*, imprimindo nessas moças uma individualidade, e se tornam-se objetos de desejo das leitoras dos blogs. Assim, todas querem ter para ser uma *it girl*.

Nosso objetivo, portanto, propor a análise dos blogs, identificando os critérios estabelecidos na prática jornalística de comunicação da nova mídia, e verificando a capacidade de interação desta ferramenta ao determinar o perfil das *it girls*.

Para tanto, nossa metodologia baseou-se na observação dos blogs, selecionando os post que tratavam das *It Girls*, no período de junho a novembro de 2010.

2. Por que é importante estudar os blogs de moda?

Alguns blogs de moda ultrapassaram a fronteira do pessoal e hoje se tornaram fonte de renda e prestígio para quem os gerencia. Muitos deles pertencem não só a uma pessoa, mas a um grupo, e tem empresas e grifes como patrocinadoras ou parceiras. Como exemplos destes blogs, temos o *Garotas Estúpidas*, criado em 2006 pela pernambucana Camila Coutinho, que

foi citado na *Vogue Paris* no ranking dos 45 blogs de moda mais influentes do mundo, sendo o único brasileiro a figurar na lista. Servem de exemplo também os seguintes blogs: *It Girls* que existiu entre 2007 e 2010, tendo como responsável a jornalista Ale Garattoni, e ajudou a massificar a expressão *it girls* no Brasil. Com o fechamento do blog a jornalista lançou em dezembro do corrente ano um livro com o mesmo título de seu extinto blog, *It Girls*. E finalmente, o *Petiscos*, que foi criado em 2007 e comandado pela produtora musical e publicitária Júlia Petit que é indicado pela agência WGSN – agência de tendência – como uma fonte de pesquisa de tendências.

Estes blogs são espaços para falar da moda, relacionando à estética, à tendência, à cultura, ao modismo, ao estilo e ao comportamento, buscando referenciais históricos e refletindo sobre o que é ou será *it*.

O que vai diferenciar um blog do outro é o mote, o filtro, o enfoque diferente dado por cada um deles.

Os blogs de moda além de serem usados como diários pessoais das blogueiras servem como ferramenta de comentários e dicas de sites desconhecidos, ou seja funcionam como publicação eletrônica e forma de expressão (RECUEARO, 2003a, p.56).

A importância de estudar os blogs se deve ao contexto sociocultural da nossa época, dominada pelo fluxo constante de informações, próprio da globalização. O interesse nos blogs de moda é algo crescente, pois a ser instrumento de informação de moda, de representação da individualidade.

3. O termo “It” e os blogs de moda

É possível encontrar na rede uma centena de blogs de moda. No Brasil, os mais conhecidos são o *It Girls*, o *Garotas Estúpidas* e o *Júlia Petit*, objetos de estudo deste artigo.

Nos blogs de moda analisados, encontramos posts sobre o mundo da moda, modelos, roupas, tendências, desfiles, estratégias de marketing e comunicação de estilistas, designers, modelos, entre outros. Estes blogs inserem-se no nos chamamos de blogs contemporâneos e, figuram no quesito assuntos temáticos como o *It Girls*, que trata justamente do perfil de meninas que possuem uma característica que as torna diferente das outras: o chamado *it*.

O termo “it” foi usado pela primeira vez em 1927, pela romancista e roteirista inglesa Elinor Glyn, descrevendo algo que a atriz Clara Bow (ver

imagem abaixo) tinha no filme de mesmo nome, "It". Na imprensa de moda, a jornalista inglesa Plum Sykes passou a entrevistar meninas para o perfil na revista *Vogue* americana – tornou-se uma espécie de madrinha das it girls! –, viajava entre Nova York e Los Angeles para levar às páginas da mais importante revista de moda do planeta o perfil das moças que inspiravam outras.



Fonte: <http://vintagefashionbrecho.blogspot.com/2011/02/it-girls.html>

Esta característica também era notada no blog It Girls, no qual a jornalista Ale Garattoni divulgava as características de uma it girls. Mostra algumas características que apontam o possível "*je ne sais quoi*" - um sei lá o quê - que dá as moças o poder de influenciar e se destacar entre as outras.

QUER SER IT GIRL? APRENDA COM ANDY SACHS!

(TEXTO PUBLICADO NO BLOG ITGIRLS.COM.BR EM 1.10.2008) – POR ALESSANDRA GARATTONI – [HTTP://ALEGARATTONI.COM.BR](http://alegarattoni.com.br)

Depois dos exemplos "vida real" deixados por Jackie O. e Audrey Hepburn, é a vez de mergulhar nas telonas atrás de inspiração para a seção "Quero Ser It Girl". E quem melhor do que Andy Sachs – a sofrida assistente de Miranda Priestley em "O Diabo Veste Prada" – para mostrar que pequenas mudanças fazem, sim, toda a diferença até mesmo na vida profissional? A personagem, inspirada na história pessoal da ex-voguette americana Lauren Weisberger, tem dicas subliminares que podem garantir upgrades significativos. Dúvida? Leia e se inspire...



Andy antes... e depois: a prova viva de que uma it girl pode ser construída!

NA DÚVIDA, COMECE PELOS SAPATOS

Já em uma das primeiras cenas do longa, Andy ganha um par de high heels de Nigel, diretor de estilo da fictícia revista "Runway". A decisão de ignorá-los não dura muito: basta o primeiro olhar fatal de sua chefe – incrédula com o look desajustadíssimo de sua nova pupila – para que Andy deixe de lado seus sapatos terríveis! Na falta de um fit closet, um bom parte de qualidade, acredite, é um excelente começo.



Nigel e seus sapatinhos (quase) de cristal!

APRENDA COM OS EXEMPLOS AO SEU REDOR

Andy estava na redação da "Runway", a revista que – dizem as boas e más línguas – reproduz a sede da Vogue americana. Exatamente por isso, pode-se dizer que seu ambiente era lá de privilegiado, com dezenas de garotas cheias de estilo e informações de moda. Ainda que nem todos tenham a sorte de ter tanta gente assim ao redor, basta treinar o olhar para identificar exemplos nos quais se inspirar. Aprender através da observação é a maneira mais rápida e eficaz para se construir uma (nova) imagem.



Serena e Emily: bons exemplos (ao menos de estilo)

ACEITE O PODER DE UM BOM CORTE DE CABELO

... e de um make up correto! De nada adianta caprichar na postura, revolucionar o closet e imitar os bons exemplos ao redor se a beleza não estiver com tudo em dia. Um bom corte de cabelo não custa barato, mas deve ser sempre o primeiro investimento de uma mudança de visual – afinal, deve ser encarado como a roupa que a gente usa todo santo dia, não? Na mesma linha, monte um nécessaire básico com produtos de qualidade e aprenda o básico corretivo-blush-rímel-batom. O antes e depois é inacreditável!



Cabelo e make "levanta-look"

SURPREENDA!

Quando ninguém pode imaginar do que você é capaz, dispense atenção extra na escolha do look, use um acessório levanta-moldito e repita internamente o mantra "sim, eu sou uma it girl!" A melhor parte de "O Diabo Veste Prada", definitivamente, é aquela em que Andy entra na redação e deixa suas companheiras de cena Emily & Serena (Bündchen) de boca literalmente aberta.



A nova Andy em três versões

DÊ IGUAL IMPORTÂNCIA AO QUE NÃO ESTÁ À MOSTRA

Pode ter passado despercebido por muitos, mas Andy mostra que não são apenas seus vestidos, bolsos e sapatos que aderiram ao estilo it girl. Em determinada parte do longa, a moça diz pro namorado, Nate, que a lingerie também é nova – e caprichada! Pode parecer besteira investir em peças que ninguém vai ver durante o dia, mas, sabe-se lá qual a razão, sutiãs e calcinhas também ajudam muito no projeto new-look.



Está embaixo, mas está – e você sabe disso!

RECONHEÇA QUAL É O MELHOR PESO PARA O SEU BIÓTIPO

Andy perdeu peso, sim. Ficou mais bonita, sim. Mas não precisou ir para o size 0 de suas colegas de redação para ficar com tudo absolutamente em cima – e super de bem com seu corpo. Na prática, isso significa que cada uma sabe qual o seu peso ideal. Ele não leva em consideração (ou, ao menos, não deveria levar!) qual a média das top models ou de seus ícones de estilo: mais do que isso, seus quilos devem ser um reflexo do seu tipo de corpo. Fundamental mesmo é apenas manter a saúde! Se o seu tamanho ideal é 36 ou 42, só você pode saber. Depois de saber? Go for it!



Magra e linda, sim, mas sem necessidade de um size 0

ENTENDA A EQUAÇÃO

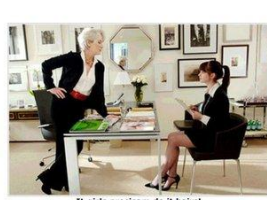
Roupas bonitas = auto-estima em alta. Auto-estima em alta = maior segurança. Maior segurança? É essa a resposta para ver tudo melhorar! Afinal, profissionais sérias trabalham melhor (será que Andy teria conseguido o quase-impossível manuscrito de "Harry Potter" se ainda estivesse com roupas e fios de cabelo destruídos?). E quem trabalha melhor... você já sabe, né?



Quando a auto-estima ajuda na carreira...

BRINQUE COM OS CABELOS

Depois de bem cortados e bem hidratados, os cabelos de Andy nunca estão de mesma maneira cena após cena: prenda, solta, use tóbo de cavalo – em versão alta ou baixa –, se enfiar com presilhas, abuse dos coques. Trate suas madeixas como um dos mais poderosos acessórios de seu look.



It girls precisam de fit hairs!

PROCURE O SEU MENTOR FASHION

Não é impossível se auto-reinventar, mas, sem dúvida, é bem mais fácil fazer isso com um aval de especialista. Nem todas podem contar com uma versão de Nigel – o diretor de estilo da revista – na hora de montar seus looks, mas, na falta de um coach fashion legítimo, há sempre aquela amiga que entende tudo de moda, uma consultora que presta o serviço oficialmente ou uma vendedora de loja cheia de estilo que podem representar perfeitamente esse papel. Ter um expert por perto ajuda muito a aumentar a segurança-fashion!



Nigel, Nigel, Nigel, Nigel...

APROVEITE AS VIAGENS PARA OBSERVAR...

... e adquirir novos olhares! Durante a semana de moda de Paris, Andy tratou de caprichar – ainda mais – nos looks. O batom era mais vermelho, a sala era mais ampla e o cabelo era mais elaborado, tal e qual pede o à french way of fit! Viajar para lugares diferentes é sempre uma excelente oportunidade de entender o estilo local – e aumentar seu baúzinho de truques infalíveis de moda e beleza. Isso sem contar na delícia que é poder girar em novas e desconhecidas prateleiras...



Andy em Paris e seu look inspirado nas it girls francesas

SEJA MULHERZINHA!

De todas as dicas de estilo it girl, nenhuma é mais eficaz do que essa. It girls adoram ser femininas e AMAM exibir suas mulheres através de roupas e maquiagens. Durante quase todo o filme, Andy apostou basicamente em saias e vestidos. A escolha não deve ter sido por acaso, já que essas peças tendem a largar na frente quando o assunto é it style!



Batom vermelho e look-mulherzinha: uma dupla e tanto!

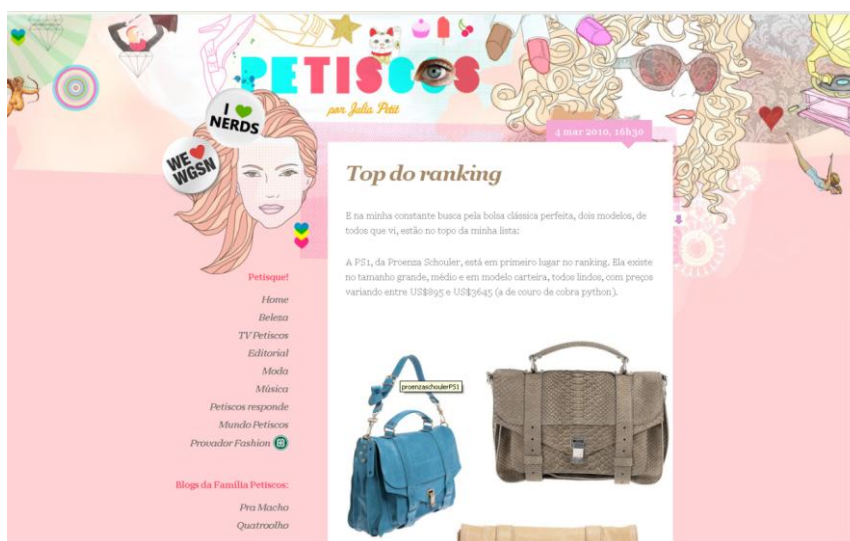
3. O individualismo das It Girls

As roupas, as bolsas, os acessórios, o estilo, o comportamento e a fama das it girls estimulam as leitoras a tentarem criar uma identidade própria a partir das imagens das it girls. No mundo da moda essas ações são constantes e proliferadas pelos blogs analisados, e sugere que o indivíduo precisa ser diferente, criar a sua identidade e ao mesmo tempo usar o que o sistema impõe. Lipovetsky (1989, p.18 e 44) reforça dizendo,

A moda é acompanhada de efeitos ambíguos. (...) É preciso ser como os outros e não inteiramente como eles, é preciso seguir a corrente e significar um gosto particular.

Os blogs analisados apresentam itens que estão na moda sendo usados pelas moças que dão sua contribuição seja concedendo entrevistas, seja autorizando o uso de suas imagens a partir de fotos cedidas às marcas, que faturam milhões ao terem seu produto vinculado a determinada it girl. Como por exemplo, a marca inglesa de bolsas e acessórios Mulberry (ver imagem abaixo) que criou um modelo de bolsa inspirada no estilo da it girl Alexa Chung, que rapidamente virou hit entre as antenadas no mundo da moda e foi propagado ainda mais pelo blogs de moda. Vejamos um trecho de um post do Petiscos.

Se tem alguém com motivo de sobra pra felicidade no balanço de fim ano, são os diretores da Mulberry. A parceria mais do que acertada com a apresentadora Alexa Chung fez os lucros da marca subirem feito um foguete. Pra ter idéia em números: as lojas já subiram 91% das encomendas.



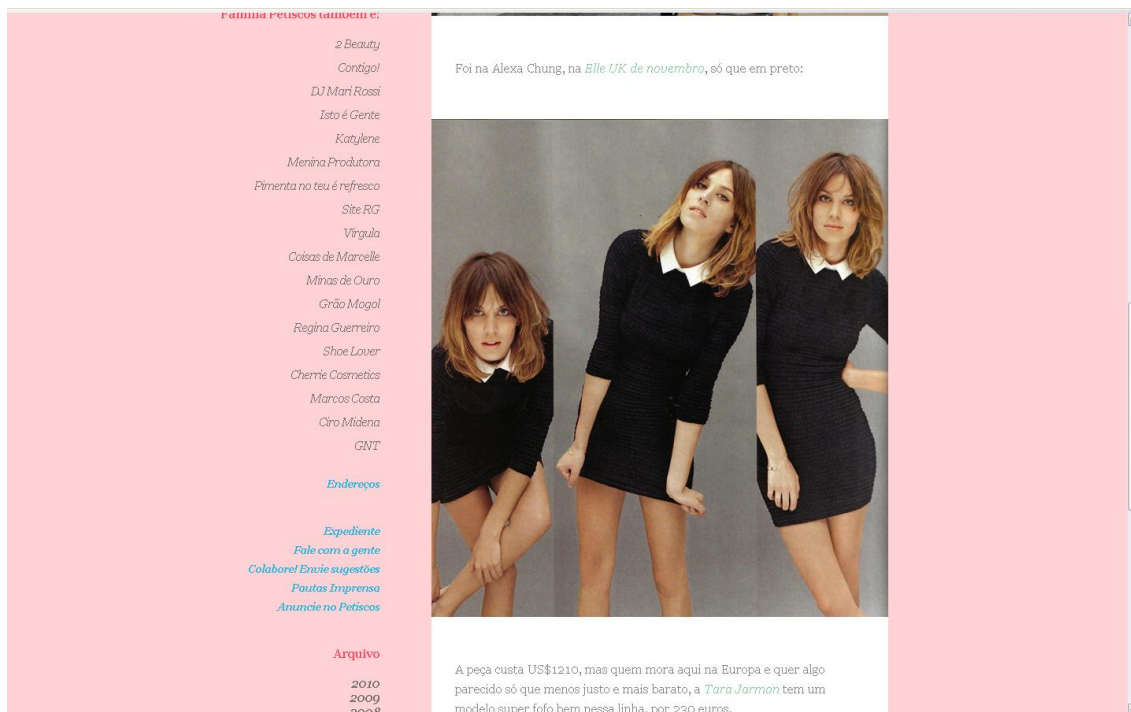
Fonte:www.petisco.com.br

Assim, para muitas mulheres ao redor do mundo esta bolsa virou um “item desejo” e também uma forma de se manter no sistema da moda e

acreditando que são it girls. Vemos também que as it girls não omitem o seu estilo e sua individualidade. Aliás, uma das primeiras características das it girls é o estilo próprio:

o individualismo na moda é a possibilidade reconhecida à unidade individual... de ter poder de iniciativa e de transformação, de mudar a ordem existente, de apropriar-se em pessoa do mérito das novidades ou, mais modestamente, de introduzir elementos de detalhe do seu gosto próprio (LIPOVETSKY, 1989, p.47).

A moda é ambígua e tem o seu lado dominador e manipulador que atinge a massa de consumidor. Para essa massa que não quer criar uma identidade própria, é mais fácil digerir o que é imposto pela mídia. Já as it girls vêem o ato de se vestir como um prazer. Há todo um significado para ilustrar a escolha de uma peça que é reconhecido nos detalhes como: se combina com a cor do seu cabelo, com a sua pele, com o seu corpo, mantendo-se, assim, dentro do sistema da moda e de seu individualismo. Portanto, essas meninas exprimem o seu lado criador, a sua liberdade de lançar novas tendências. Para elas, a moda não é o simples ato de copiar e sim o prazer do conhecimento inovador que define a sua individualidade.



Fonte:www.petisco.com.br

As it girls têm necessidade de ser únicas, mas nem tanto, para não perder a sua identidade social, dentro do grupo ou da classe social da qual fazem parte. No sistema da moda, essa pessoa cria tendências com satisfação

e são copiadas por outras que desejam parecer com elas. Como é o caso de uma das It Girls mais copiadas no mundo, Olivia Palermo. No blog Garotas Estúpidas é descrita da seguinte forma.

Sabe aquela garota perfeita, que parece estar sempre com tudo no lugar e atrai todos os olhares ao chegar numa festa? É essa a sensação que Olivia Palermo desperta ao entrar em cena ao lado de Whitney Port, sua colega de trabalho no reality chiclete *The City*.



Fonte: <http://www.garotastupidas.com/index.php/tag/it-girl/>

Para Garcia (2005, p. 107), tal processo de busca de individualidade em um contexto social que indica a necessidade de consumo da moda não é de todo maléfico. A moda cumpre o papel de compreensão do próprio eu e é instrumento de prazer, culto da fantasia e da novidade. Sobre esse aspecto, Lurie (1997, p. 50) afirma que a “moda é um discurso livre e um dos privilégios, se não um dos prazeres, de um mundo livre”.

4. A multiplicidade no conceito de It Girls

Os blogs de moda viraram “moda” na Web e apresentam algumas características da moda na sua criação e multiplicidade. Durante o correr dos anos, muitas transformações ocorreram na história e na evolução da Moda Aristocrática, denominada por Lipovetsky, já que a moda estaria ligada às hierarquias políticas e sociais.

A multiplicidade da moda e dos blogs de moda está ligada à moda-imagem, à moda na mídia e à moda construída pelas imagens de marketing. Mesquita (2004, p.19-20) diz que: “a possibilidade de ‘multiplicação’ da existência, diversificação, o ‘viver vidas diferentes’ numa vida só é extremamente sedutora”. A moda é, sem dúvida, um precioso instrumento dessa construção. A roupa e as imagens de moda estimulam o sujeito a romper limites identitários, a se metamorfosear buscando sempre a sua identidade própria, e por muitas vezes reconhecimento.



Fonte: <http://www.garotastupidas.com/index.php/tag/it-girl/>

A multiplicidade das informações de moda contidas nos três blogs analisados é criada para atingir o maior número de pessoas em todos os lugares do mundo propagando o termo *it girl*, assim como fazem as campanhas de marketing das grandes marcas que investem milhões em mídia para atingir o seu público.

A importância dos blogs de moda é tanta que as blogueiras são convidadas a participar das primeiras filas dos desfiles para que postem em tempo real, o que estão vendo e o que estão achando. Estas ações indicam como os blogs de moda ajudam a propagar os próximos produtos a serem usados pelas *it's*.

Mesquita (2004, p. 50-51) diz que não é somente a idéia de multiplicidade que faz da moda uma vertente significativa da atualidade. Cita outras características que fazem parte do sistema: a simultaneidade - tudo ao mesmo tempo; a desmaterialização – compramos informação, marca e marketing; e a simulação – a mercadoria é vendida como espetáculo um show.

Partindo do princípio de Collin Macdowell⁴ que afirma que “precisamos mais da moda do que das roupas. Não para cobrir nossa nudez, mas para vestir nossa autoestima”. Entendemos que a caracterização do conceito de it girls no país e no mundo se dá pela necessidade e da busca pelo novo, pela beleza do sentir-se bem ao vestir uma determinada roupa ou ter determinado comportamento.

5. O CONCEITO DE IT GIRLS

A multiplicidade do conceito de it girl está no nosso dia-a-dia. It girl pode ser alguém que simplesmente influencia na sua cidade, no seu trabalho ou na sua turma. O que vale é ter carisma e um apurado senso estético, mas sempre com muita naturalidade. Essas garotas, através da sua personalidade, influenciam diretamente no que e como as pessoas vão usar. Funcionando como personal stylist virtuais, traduzem para o seu próprio estilo o que vemos em desfiles e campanhas, mesclando roupas de grife a peças vintage e de lojas de departamento, tornando a moda mais acessível.

It girl é uma garota com carisma e personalidade forte, com informação de moda e o mais importante, com o potencial de sintetizar essa informação, criando um estilo único e que tem o poder de influenciar e se destacar entre os outros.

As it girls são vaidosas, gostam de se vestir, encaram a moda como diversão, têm prazer em se arrumar e não têm medo de ousar. Uma característica bem presente no estilo delas é o hi-lo, que é o uso de contrastes que vai do uso de peças caras e baratas. Vale mesclar texturas, cores e estilos, misturando peças de uma tribo com o de outra, como franjas e tachas, por exemplo. Assim, elas criam um novo estilo e lançam tendências, perfumes, entre outros produtos que fazem parte do sistema da moda.

⁴Colin McDowell é um dos comentaristas do mundo da moda.http://pensador.uol.com.br/autor/Colin_Mcdowell/ acessado em 30/10/10

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse artigo, procuramos apresentar algumas conexões entre alguns conceitos relativos à moda, em especial a efemeridade, o individualismo e a multiplicidade, e mostrar a sua relação com o fenômeno da internet, a partir de uma análise dos blogs de moda e comportamento It Girls, Garotas Estúpidas e Pestiscos. Apresentamos também o conceito de it girls, explicando as características encontradas nessas moças e identificando o processo de construção dos seus perfis, através da internet e da atualização do blog na web. It girl não é sinônimo de celebridade. Ela pode até vir a ser graças ao seu estilo ser divulgado em um blog com um número elevado de acesso, em contrapartida it girl pode ser alguém que simplesmente influencia na sua cidade, no seu trabalho ou na sua turma.

Compreendemos também que os blogs servem para difundir informações de moda e consumo de moda através das it girls a partir do que elas usam e lançam como tendência. Os blogs também ajudaram a propagar essa expressão no cotidiano, mesmo que de forma equivocada, pois percebemos a banalização do termo it girl e, em muitos casos, seu uso inapropriado.

Portanto, entendemos a importância dos blogs de moda na nossa sociedade como um instrumento de propagação de conhecimento e atualização constante que nos permite o aprendizado de moda, bem como reconhecemos o conceito de it girls e vemos que a sua sobrevivência ultrapassa as fronteiras da *Web* e, assim como a moda, atinge cada vez mais a um maior número de pessoas através do fenômeno comunicacional contemporâneo que é a internet.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, A.V. **A notícia que é notícia:** o blog jornalístico. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page>. Acesso em 13 de março de 2006.

BARNARD, M. **Moda e Comunicação.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BRAGA, J. **História da moda uma narrativa**. 4ª ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

CALANCA, Daniela. **A História Social da Moda**. São Paulo: Senac, 2008

CARLI, A.M.S. de. **O Sensacional da moda**. Porto Alegre: Educs, 2002.

DOMINGUES, D. **Criação e interatividade na ciberarte**. São Paulo: Experimento, 2002.

GARCIA, C.; MIRANDA, A.P. **Moda é Comunicação. Experiências, Memórias Vínculos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

GAROTAS ESTÚPIDAS. Disponível em: <<http://www.garotasesupidas.com/>>. Vários acessos.

IT GIRLS. Disponível em <<http://www.itgirls.com.br/>> Vários acessos.

LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LIPOVETSKY, G. **Império do Efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

LURIE, A. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Artemídia Rocco, 1997.

MESQUITA, C. **Moda Contemporânea**. Quatro ou cinco reflexões possíveis. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PETISCOS. Disponível em <<http://www.julipetit.com.br/>> Vários acessos.

RECUERO, R.C. **Warblogs: Os blogs, a guerra no Iraque e o jornalismo online**. In: XXVI CONGRESSO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2003, Belo Horizonte: EDITORA, 2003. Belo Horizonte. **Anais...** Disponível em <http://www.bocc.ubi.p/paq/recuero-war-blogs.pdf>. Acesso em 13 de jun de 2006.