



“POSTO”, LOGO EXISTO:

Fashion Feeling (à esq.), o blog da brasileira Isabela Serafim, e The Style Rookie, da americana Tavi Gevinson. Na página ao lado, a estilista Fernanda Yamamoto e Isabela Serafim, na loja de Fernanda, em São Paulo

BLOGS NA VITRINE

Adolescentes dizem o que pensam em seus blogs de moda e começam uma revolução no mercado fashion

Letícia MORELI e Márcia PEREIRA

Consumidoras descoladas, fuçadas, ávidas por novidades e jovens, muito jovens. Junte-se a essas características uma pitada da arrogância de quem acha que sabe tudo de tudo. Assim são as novas “ditadoras” de moda e comportamento, adolescentes – elas têm entre 13 e 17 anos – que usam a agilidade e a comodidade das redes sociais e blogs para se comunicar com o mundo. E as empresas já começaram a despertar para esse fenômeno. Por intermédio dessas blogueiras, divulgam suas marcas, captam tendências de comportamento e desenham o perfil de consumidores.

A nova-iorquina Tavi Gevinson começou a dizer o que pensa aos 11 anos e foi a precursora e musa inspiradora desse movimento com seu ousado blog The Style

Rookie. Hoje, aos 14, sua carinha de menina emoldurada por óculos e cabelos brancos é presença assídua na cobijada primeira fileira dos desfiles do estilista Marc Jacobs. Foi o sucesso de seu blog que a colocou nesse privilegiado lugar. Procurada por DINHEIRO, sua assessoria - sim, ela já tem assessores - informou que Tavi estava sem tempo para atender à demanda de entrevistas em meio às suas inúmeras tarefas escolares.

No Brasil, a proliferação das Tavis anda chacoalhando o mundinho fashion. "Esses blogs vão mudar a estrutura do negócio, fazer a comunicação da moda ser mais direta, sem a influência de analistas tendenciosos, e construir a moda do futuro", comenta o estilista Jefferson Kulig, que troca idéias com blogueiras de várias partes, do País e as recebe em seus desfiles, na São Paulo Fashion Week. Garotas como a paulista Isabela Serafim, moradora de Tietê, interior de São Paulo, autora do blog Fashion Feeling. "Até as amigas da minha mãe me ligam para saber que roupa vestir", conta Isabela, 17 anos,

As garotas da rede



CRIADORA: A NOVA-IORQUINA TAVI GEVINSON. DESDE OS 11 ANOS NA INTERNET



CRIATURA: A MABI, DE TI-TI-TI, INSPIRADA EM TAVI



ENSAIO DE MODA: AS BLOGUEIRAS CAROL REIS E FRAN MONFRINATTI POSAM PARA A LOJA POP UP



“ ISABELA SERAFIM,
> BLOGUEIRA
As amigas da
minha mãe me ligam
para saber o que usar”

que começou a se interessar por moda aos 14, navegando pela internet e lendo livros sobre o tema.

Segundo a professora de história da moda da Faculdade Santa Marcelina, Miti Shitara, esse fenômeno das blogueiras é um efeito natural da globalização no terceiro milênio. "Com a popularização da informática, uma criança de quatro anos sabe ligar o computador. Pode não ter conhecimento, mas tem a informação. Como a moda é fluida, rápida, vai ao encontro da juventude", diz Miti. A estilista Gloria Coelho, que recentemente descobriu o mundo maravilhoso do Twitter - tem seis mil seguidores - é outra pessoa do mundo fashion que nada a favor desta corrente. "Comercialmente é muito interessante, uma vez que geram publicidade espontânea para as marcas que citam. Sem contar que a atividade as ocupa e, em vez de se deprimir, usam drogas, vão para a frente do computador e escrevem!"

Uma das sócias da loja de moda e acessórios Pop Up, em São Paulo, Fabiana Justus, 23 anos, vai além e fundamenta toda a estratégia de divulgação de seu negócio nas redes sociais. "Recentemente convocamos 15 blogueiras para fazer o look book - uma espécie de catálogo virtual - de nossa próxima coleção, que estreia com o nosso serviço de e-commerce, no dia 17 de agosto. O bom é que as meninas falam o que pensam, são autênticas. Os blogs de moda são fontes de pesquisa, um termômetro de tendência."

Nem todo mundo acha que esse movimento não tem efeitos colaterais. A estilista Fernanda Yamamoto olha com uma curiosidade cautelosa para esse universo de bytes e bites. "Muitos blogs não têm estilo, são reproduções em patchwork de outros sites de moda."

Na nova novela das 19h da Rede o Globo, 77-77-77, a personagem Mabi, vivida pela atriz mirim Carla Tiezzi, 11

anos, é uma apaixonada por moda e manterá um blog sobre o assunto. A figurinista veterana Marília Carneiro é a responsável pela criação do visual da garota, assumidamente inspirado em Tavi Gevinson. "Sinceramente, tenho um pouco de medo desse tipo de menina. Prefiro as garotas brincando de boneca. A Tavi parece um Karl Lagerfeld mirim! E assustador. Mas, sem dúvida, sua existência e de outras blogueiras mirins de moda é o recado ao mercado. E o prenúncio de uma nova geração", acredita Marília.

Até grandes redes de lojas de departamento estão acordando para o fenômeno. A Riachuelo conta com uma equipe dedicada ao atendimento de redes sociais. Possui mais de 16 mil seguidores no Twitter e um milhão de fãs no Facebook. Na Renner, os internautas ajudam a escolher o que vai para a rua. A rede faz um "preview" da coleção, permitindo a jornalistas e blogueiros palpitar desde a concepção até o resultado final.