



## Nordeste invisível: uma análise das publicações da *fan page* Vogue Brasil<sup>1</sup>

Franzeíza Beatriz Lima de MEDEIROS<sup>2</sup>  
Maria Aparecida Ramos da SILVA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### RESUMO

Este artigo visa analisar todas as postagens com fotografias publicadas pela página oficial da Revista Vogue Brasil no *Facebook*, durante o mês de janeiro do ano de 2014. A partir da análise de conteúdo e da criação de um banco de dados serão observados quais foram os temas abordados em cada postagem e a existência ou não de publicações que contenham teores direcionados à Região Nordeste do país. Tendo em vista que o periódico é uma das principais referências de moda nacional e internacional, responsável pela formação de opinião de seus leitores e divulgação do que há de mais atual na moda, cultura, comportamento e artes aos brasileiros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo de moda; Linguagem; Nordeste; Regionalização; Vogue Brasil.

### Vogue para todos

O objetivo deste trabalho é analisar de que forma a página oficial no *Facebook* do periódico brasileiro de moda Vogue Brasil utiliza das suas ferramentas de comunicação para chegar aos quatro cantos do país, publicando ou não assuntos relacionados à cultura, costumes, população e moda da Região Nordeste do Brasil.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail: [izabmedeiros@hotmail.com](mailto:izabmedeiros@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. E-mail: [cidaramoss@gmail.com](mailto:cidaramoss@gmail.com)

Criada em 11 de junho de 2012, a página “Vogue Brasil” no *Facebook* possui atualmente<sup>4</sup> 326.788 curtidores e mais de 4.069 pessoas que “estão falando sobre isso”, ou seja, que entre comentários, publicações e marcações, mencionaram o nome da página em algum momento. De acordo com a descrição da própria Revista<sup>5</sup>: “estar na Vogue é estar na moda. A moda não gira apenas em torno do vestuário, é um estilo de vida: como vivemos, viajamos, comemos e decoramos nossas casas. E por todos estes motivos a Vogue Brasil é uma referência no país: é visionária, inspiradora e cosmopolita. Um grupo seleta que é sinônimo de elegância e sofisticação”.

Mundialmente conhecida como sinônimo de excelência no que se refere à comunicação na moda, a Revista Vogue foi criada no ano de 1982 por Arthur Baldwin Turnure, um importante membro da alta sociedade de Nova Iorque. Angeletti e Oliva (2006) afirmam que a revista apresentava um formato de gazeta semanal e já era restrita a um público nobre, sofisticado e limitado daquela época. Sua primeira edição possuía artigos de moda para homens e mulheres, críticas sobre artes, música, teatro, literatura e etiqueta que ensinavam como as pessoas deveriam se comportar e se vestir em determinados eventos sociais.



Figura 1: Matéria sobre ensaio fotográfico para marca japonesa de cosméticos (Fonte: Divulgação) Disponível em: [www.vogue.globo.com](http://www.vogue.globo.com)

---

<sup>4</sup>Informações colhidas às 16h12min do dia 22 de março de 2014. Disponível em: [www.facebook.com/VogueBr](http://www.facebook.com/VogueBr)

<sup>5</sup>Descrição divulgada pela *fan page* da Revista. Disponível em: [www.facebook.com/VogueBr](http://www.facebook.com/VogueBr)



Atualmente, além da versão impressa a Revista conta perfis em diferentes redes sociais e junto a elas, uma legião de seguidores fiéis e antenados no mundo das passarelas. *Twitter*, *Google+*, *Instagram*, *Pinterest*, *Facebook* e o site oficial *vogue.globo.com* abordam diariamente conteúdos relacionados à moda, beleza, *lifestyle*, desfiles, cultura, festas, gastronomia, viagens, celebridades e comportamento por meio de postagens em tempo real.

### **Comunicação na moda e a virtualização da indumentária**

Sabemos que os meios de comunicação possuem papel fundamental no universo da moda. A televisão, o cinema e as revistas são os grandes responsáveis pela conexão entre o que ocorre no universo das passarelas em moda e o que é utilizado pela sociedade nas ruas. Com as facilidades proporcionadas pela internet, assuntos antes discutidos apenas por profissionais e pesquisadores de determinados temas, agora ganham força e público com os amadores.

Estamos inseridos, mesmo sem perceber, em uma sociedade mecanizada, conectada a dispositivos móveis durante 24 horas por dia, seja nos celulares mais simples ou nos aparelhos e aplicativos que nos auxiliam em situações corriqueiras, tais como encontrar um lugar desconhecido com a ajuda do GPS (*Global Positioning System*) ou saber informações sobre meteorologia, através do *Twitter*, por exemplo.

Em diversos tipos de ambientes, as redes sociais se constituem cada vez mais como disseminadoras de opiniões que antes eram restritas a uma minoria. Estar *online* é o mesmo que estar atualizado. Significa dizer que estamos presentes e em sintonia com a rotina de outras pessoas e por dentro das informações que agora, podem ser compartilhadas em tempo real atingindo um número incontável de usuários em uma pequena parcela de tempo.

Enfrentamos situações que antigamente não imaginávamos. Problemas que não tínhamos, passaram a existir. Assuntos como saúde, lazer, etiqueta, educação, viagem, horóscopo, relacionamento, comportamento, cultura, culinária e moda possuem páginas, perfis, seguidores, curtidores, fãs e até vida própria nas redes sociais. Situações simples, como escolher a roupa para ir ao trabalho, agora podem ser opinadas e sugeridas por



Figura 2: *Look do dia* publicado no *Instagram* da blogueira de moda, Thassia Naves. Disponível em: [www.instagram.com/thassianaves](http://www.instagram.com/thassianaves)

meio das colunas dos blogs de moda ou inspiradas através do “*look do dia*” frequentemente utilizado por blogueiras em suas páginas e perfis. A moda como comunicação é utilizada como forma de expressão à sociedade. A maneira de cobrir o corpo fala a respeito da personalidade, estilo e características de cada pessoa.

O corpo funciona como veículo de comunicação. Gestos, expressões, pequenos detalhes, mesmo os ditos “incontroláveis”, como questões físicas e reações fisiológicas do corpo, produzem sentido e comunicam algo ao receptor da mensagem. (apud FERRARI, 2010, pág 69).

Desta maneira, homens e mulheres de todas as idades e classes sociais utilizam dos seus diários virtuais, para expor seus pontos de vista, conhecimentos e o próprio corpo como forma de interação e socialização com seus seguidores. O objetivo disso é criar tendência, divulgar conceitos, prestar serviço aos seguidores sobre os mais variados temas e, claro, ter o reconhecimento por parte destes.



Hoje, para falar de moda, não é preciso ser um conhecedor nato do assunto. Devido à existência e o crescente número de páginas na internet que abordam o tema, qualquer pessoa que possua o mínimo de interesse, pode se tornar um formador e contribuidor de opinião. Seja numa postagem de uma foto sobre a roupa do dia, no *Instagram* ou, na criação de um blog.

Os blogs poderiam ser categorizados como: a) diários, tratam basicamente da vida pessoal do autor; b) publicações, comentários sobre diversas informações; c) literários, os posts trazem contos, crônicas ou poesias; d) clippings agregam links ou recortes de outras publicações; e) mistos, misturam posts pessoais e informativos, comentados pelo autor. (apud PRIMO, 2008, pág 2).

### **Nordeste à flor da pele**

Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Ceará, Sergipe, Alagoas, Maranhão, Piauí e Bahia. Com uma população de mais de 55 milhões de habitantes e uma área de mais de 1 milhão e 558 mil quilômetros quadrados, a Região Nordeste brasileira é responsável pelo terceiro maior Produto Interno Bruto (PIB) do país e o segundo maior colégio eleitoral, com mais de 36 milhões e 727 mil eleitores<sup>6</sup>.

A região que possui o maior número de estados do Brasil também foi a responsável pelo início da colonização portuguesa no ano de 1500 e local da colonização exploratória, que consistia na retirada e comercialização da tinta do pau-brasil para a fabricação das roupas de toda a nobreza europeia.

A primeira capital do país foi nordestina. Devido à criação das Capitânicas Hereditárias, Salvador na Bahia, consagrou-se como primeira capital do país, e hoje é considerada a metrópole mais populosa do nordeste. Em meados do século XVIII, a cidade do Recife em Pernambuco, também assumiu importante papel histórico na colonização, sendo considerada o mais importante centro econômico do Brasil por causa do cultivo e comercialização da cana de açúcar.

E como não falar de Jorge Amado, José de Alencar, Nelson Rodrigues, Clarice Lispector<sup>7</sup>, Câmara Cascudo, Gregório de Matos, Graciliano Ramos, Manuel Bandeira,

---

<sup>6</sup>Informações disponíveis em [www.wikipedia.com.br](http://www.wikipedia.com.br)

<sup>7</sup>Clarice Lispector foi uma escritora e jornalista nascida na Ucrânia e naturalizada brasileira, mas quanto à sua brasilidade, declarava-se Pernambucana. Disponível em: [www.wikipedia.com.br](http://www.wikipedia.com.br)



Ariano Suassuna, Rachel de Queiroz e tantos outros nomes da literatura brasileira declarados nordestinos de nascença ou por paixão que por meio das manifestações de suas obras, espalharam pelo mundo não somente suas poesias, mas também suas origens, e o amor incondicional pela terra natal. Um exemplo disso foi a entrevista comemorativa aos 413 anos da capital potiguar, Natal, publicada no Portal G1.com com um trecho da admiração do folclorista Luís da Câmara Cascudo, por sua cidade. Em suas próprias palavras:

Natal, minha cidade natal, é o cenário imóvel na minha memória. Natal foi a impressão primeira, o ambiente emocionador da minha meninice, adolescência e madureza. O homem é a cidade em que nasce. O Povo da minha cidade foi a minha curiosidade inicial, a pesquisa do repórter, a análise do estudioso. O Povo, na convivência, termina sendo a grande família anônima, na qual nós vivemos. Quem não tiver debaixo dos pés da alma a areia de sua terra não resiste aos atritos da sua viagem na vida, acaba incolor, inodoro e insípido, parecido com todos. (HOLDER, 2012).

Do século passado até hoje, o nordeste contribuiu significativamente para a construção do país e seus aspectos culturais e regionais têm forte predominância na atualidade. Seja no forró, axé ou frevo, na capoeira ou cangaço, no acarajé ou baião de dois, no turismo na geração de emprego e renda, a região apresenta um cenário importante para o desenvolvimento e identidade cultural do povo brasileiro.

A cultura está associada a formação escolar, manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escrita ou ao falarmos da cultura da nossa época, aos meios de comunicação, cultura diz respeito às festas e cerimônias, às lendas e crenças de um povo e assim por diante. O importante é que saibamos os motivos de tanta variação e que localizemos os temas principais que elas se sustentam. (SANTOS, 1949, pág 22).

A importância da região no cenário brasileiro se caracteriza não somente pelas manifestações culturais que são marca registradas dos estados e da cultura do nordestino, mas também pelo grande crescimento econômico e populacional, no qual a região passa constantemente.

De acordo com reportagem publicada no portal da Revista Exame, em agosto de 2013, em apenas cinco anos a Região Nordeste representará 50% da população da classe média de todo o país. O crescimento se dá porque de acordo com a pesquisa, o nordestino possui um poder de compra estimado em 450 bilhões de reais, o equivalente à economia de países como Peru e República Checa. (LOUREIRO, 2013).



No setor de cosméticos, os números também impressionam. A população feminina corresponde por mais de 30% do consumo de cosméticos e produtos de beleza em todo território nacional. Ainda na reportagem, segundo depoimento do presidente do Grupo Boticário, Artur Grynbaum, muitos dos produtos lançados pensados no consumidor nordestino viram sucessos nacionais, porque segundo ele, “para as empresas nacionais há uma única certeza: quem quer crescer no país precisa estar no Nordeste”.

### **Metodologia e Resultados**

Para construção deste artigo utilizou-se o método da análise do conteúdo, a criação de um banco de dados para observação e análise dos resultados obtidos, além da tentativa de contato com a equipe de comunicação da Revista Vogue.

Foram analisadas as publicações que possuíam fotos, postadas na página da Revista Vogue no *Facebook* referentes ao mês de janeiro de 2014.

Para isso, criou-se uma planilha no *Excel* onde cada dia do mês foi subdividido em seis categorias entre os principais temas abordados na página, que foram: Moda, Beleza, Artes, Celebidades, Viagem e Fotografia. Cada publicação era analisada a partir de sua legenda, linguagem, conteúdo, tema e *hashtags* e, a partir disso eram identificadas as postagens que mencionavam ou não o Nordeste e inseridas na coluna destacada na cor amarela<sup>8</sup>.

Durante os 31 dias do mês de janeiro, 27 tiveram publicações na página. As postagens foram iniciadas no 2º dia, não havendo postagens entre os dias 1, 3, 4 e 5, sendo reiniciadas no 6º e concluídas no 31º dia do mês. Com o total de 264 publicações, a página realizou o mínimo de 1 e o máximo de 17 postagens. O tema mais discutido foi Moda, com 114 publicações, seguido de Celebidades - 81 postagens; Beleza – 29 postagens; Artes – 24 postagens; Viagem – 9 postagens e Fotografia – 7 postagens.

Do total de 264 publicações, apenas 2 mencionaram a Região Nordeste do país. Em porcentagem, este número equivale a 0,75% de publicações, ou seja, menos de 1% de referência à Região em todas as publicações realizadas pela página brasileira (Figuras 3 e 4).

---

<sup>8</sup>Ver Apêndice I



Figura 3: Publicação do dia 8 de janeiro, referente ao ensaio fotográfico da modelo internacional, Candice Swanepoel, na cidade de Itapuã, Bahia. Disponível em: [www.facebook.com/VogueBr](http://www.facebook.com/VogueBr)

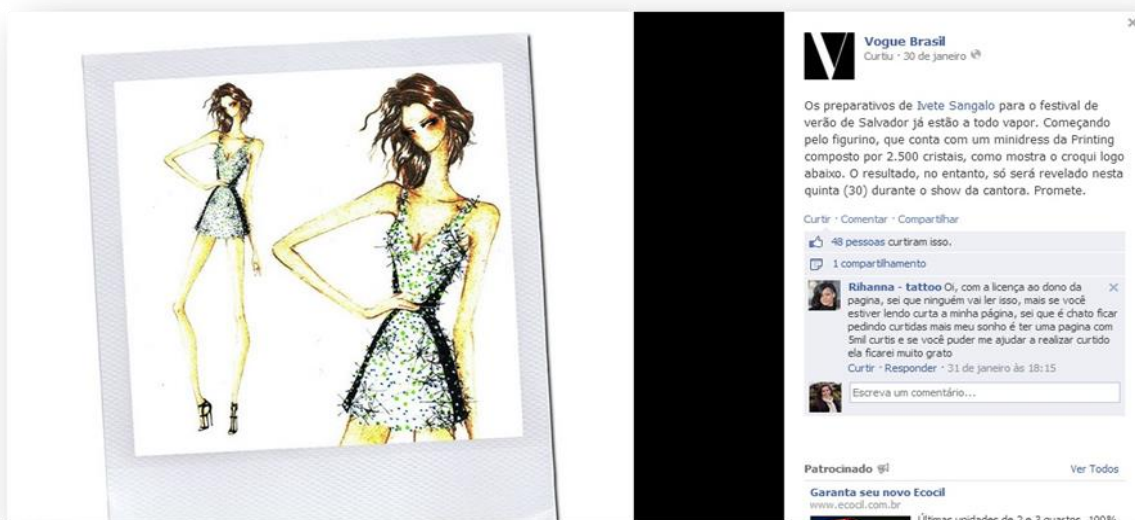


Figura 4: Publicação do dia 30 de janeiro, referente ao figurino da cantora baiana, Ivete Sangalo para o Festival de Verão de Salvador. Disponível em: [www.facebook.com/VogueBr](http://www.facebook.com/VogueBr)

As duas matérias abordaram assuntos relacionados à categoria Celebidades, a primeira realizada no dia 8 de janeiro e a segunda no dia 30 do mesmo mês. Uma destacava a entrevista da modelo sul-africana Candice Swanepoel à Vogue realizada em Itapuã na Bahia. A segunda focava na divulgação dos preparativos para a confecção do figurino usado pela cantora baiana, Ivete Sangalo, no Festival de Verão de Salvador.





Entre o conteúdo abordado pela página da Vogue Brasil, estão assuntos factuais relacionados a eventos de grande visibilidade internacional noticiados durante o período de análise deste artigo, entre eles, o *Golden Globe Awards* 2014 ou Prêmio Globo de Ouro, que consiste numa premiação realizada anualmente aos melhores profissionais do cinema e da televisão norte-americanos; *Grammy Award* 2014, premiação da indústria da música realizada anualmente nos Estados Unidos; a passagem da cantora Rihanna pelo Brasil para um ensaio fotográfico à Vogue e o aniversário de 40 anos da modelo britânica Kate Moss, mais de 30 vezes capa da revista ao longo de 25 anos de sua carreira.

Portanto, a partir da análise dos dados e observação das publicações realizadas, conclui-se que pouco se discute sobre a Região Nordeste do Brasil na página da Revista Vogue Brasil no *Facebook*. Levando em consideração a ascensão da Região e a grande quantidade de habitantes e, por sua vez, estes relacionados ao mundo da moda e que apresentam colaboração significativa nesta indústria, o foco da página não apresenta conteúdos e referência ao público nordestino.

As autoras deste artigo entraram em contato com a equipe de comunicação da Revista por meio de comentário em uma das publicações da *fan page* no dia 23 de março, envio de *tweet* e comentário no *Instagram* no dia 24 de março de 2014.

A Revista Vogue não possui um canal de forma direta com os usuários que não são assinantes da Revista, o que impossibilitou a aproximação das autoras com os idealizadores da mesma. Em todas as tentativas de contato solicitou-se alguma forma de canal direto e privado com a página, que não fossem as postagens públicas nas redes sociais, de modo que a Revista também pudesse se posicionar sobre o assunto discutido neste artigo.

Isso porque se acredita que para o exercício do jornalismo ético é necessário não somente a apuração e publicação da verdade dos fatos que sejam de interesse público, mas também a divulgação transparente de informações precisas e corretas. Porém, até a data de submissão desta pesquisa, no dia 3 de abril de 2014, não se obteve nenhum retorno do periódico.



## REFERÊNCIAS

ANGELETTI, Norberto; OLIVA, Alberto. **In Vogue: The Illustrated History of the World's Most Famous Fashion Magazine**. Nova Iorque: Rizzoli, 2006. 440 p

FERRARI, Mariana Varotto. **A Influência dos blogs no jornalismo de moda**. [s.l.: s.n] Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

HOLDER, Caroline. **Especial Natal 413 anos: Câmara Cascudo e seu amor à terra 'Natal' -**. G1.Globo.com: Disponível em: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2012/12/camara-cascudo-pai-do-folclore-brasileiro-e-o-amor-terra-natal.html>, Acessado em 23 de março de 2014.

LOUREIRO, Michelle. **O Nordeste cresce mais que o Brasil e ganha poder econômico -** Revista Exame: Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1047/noticias/o-nordeste-quer-mais>, Acessado em 23 de março de 2014.

PRIMO, Alex. **Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa**. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2008, Natal. Anais, 2008.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é Cultura**. São Paulo Brasiliense: Coleção Primeiros Passos, 2006, p 22.



## Apêndice I

Quadro de Análises Vogue Brasil								
Publicações do mês de JANEIRO de 2014								
Dia	Moda	Beleza	Artes	Celebridades	Viagem	Fotografia	Total de Postagens	Citou o Nordeste?
1º								Sem publicações
2º						1	1	Não
3º								Sem publicações
4º								Sem publicações
5º								Sem publicações
6º	2	2	1	4		2	11	Não
7º	4		1	4			9	Não
8º	4	1	1	5	1		12	Sim
9º	4	1		2	1		8	Não
10º	8	1	1	1			11	Não
11º	2	1		4		1	8	Não
12º	5	1	4	2		1	13	Não
13º	2	1	1	6	1		11	Não
14º	3	1	1	3	1		9	Não
15º	5			2			7	Não
16º	5	1	1	4			11	Não
17º	4	3	2	2			11	Não
18º	3		1	4			8	Não
19º	2	2	1	1			6	Não
20º	7	1		2			10	Não
21º	9	3		2	2	1	17	Não
22º	7		1	3	2		13	Não
23º	6	2	2	6			16	Não
24º	3	3	1	6			13	Não
25º	2						2	Não
26º	5			2			7	Não
27º	5	2	2	2			11	Não
28º	6			4			10	Não
29º	4	1	1	2			8	Não
30º	4	1	2	5			12	Sim
31º	3	1		3	1	1	9	Não
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>81</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>264</b>	<b>2 SIM   25 NÃO</b>

Figura 5: Quadro Analítico utilizado para controle de dados e observação do objeto de estudo deste artigo