

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

David Venturi Tavares de Souza

TURISMO DE MODA: UNIVERSO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Prof. Marcelo do Carmo Rodrigues.

Juiz de Fora
2016

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, Vera Cristina e Durval Junior, por todo o apoio que me deram durante minha jornada acadêmica. Iniciando desde o primeiro colégio, até a preparação para a ingressão na Universidade. Não podendo esquecer dos meus irmãos Yuri Venturi e Pedro Venturi, que sempre foram figuras importantes de alicerce e apoio. Agradecer de maneira geral a toda a minha família incluindo minha avó, minhas tias, primas e primos. Não poderia deixar de agradecer a alguns amigos em especial, que foram decisivos para minha caminhada e a conclusão desse trabalho, Gabriel Moraes e Rafaela Ribeiro, sempre ponderando as melhores observações para o melhoramento do meu trabalho.

Agradeço a Universidade Federal de Juiz de Fora e meu orientador Marcelo Carmo, por terem me proporcionado um estudo preparatório de qualidade, e visando sempre a qualidade do profissional que pensam em lançar ao mercado.

Agradeço também a blogueira Karina Cruz, por ceder parte do seu precioso tempo disponibilizando a pesquisa concedendo exemplificações a este trabalho.

E aos demais amigos e colegas, que indireta ou diretamente me inspiraram, ajudaram e visionaram essa pesquisa, sempre pensando na eficiência e qualidade do resultado dela.

A todos meus sinceros agradecimentos.

TURISMO DE MODA: UNIVERSO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS

FASHION TOURISM: DIGITAL INFLUENCER'S UNIVERSE

David Venturi Tavares de Souza

RESUMO

Esta incursão tem como objetivo analisar e identificar as relevâncias entre dois segmentos de grande expansão no mundo, turismo e moda. A partir da perspectiva inicial de cada conceito, serão ponderadas as características de cada segmento, e como os mesmos se entrelaçam, formam um novo segmento no mercado, que é conhecido como turismo de moda. Para exemplificar tal segmento, relevado pelo pesquisador, será analisado uma categoria relativamente nova no mercado: os blogueiros, conhecidos como influenciadores digitais, e que segundo os olhos do pesquisador, exemplificam esse segmento e suas características. Partindo do parecer dos blogueiros sobre a importância que o turismo representa para todo o mundo, iremos analisar se realmente um mercado está totalmente inserido ao outro e como o trabalho desses influenciadores digitais auxilia na atividade turística.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Moda. Blog. Blogueiros.

ABSTRACT

This incursion aims to analyze and identify the relevance between two segments of major expansion in the world, tourism and fashion. From the initial perspective of each concept, the characteristics of each segment will be considered, and how they intertwine, making a new segment in the market which is known as fashion tourism. To illustrate this segment, revealed by the researcher, a relatively new category in the market will be analyzed: bloggers, known as digital influencers, which through the eyes of the researcher exemplify this segment and their characteristics. Starting from the opinion of the bloggers about the importance of tourism worldwide, we will analyze if really a market is fully inserted to the other and how the work of these digital influencers assist in tourism activities.

KEYWORDS: Tourism. Fashion. Blog. Bloggers.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo analisar, a partir de referências teóricas e pesquisa de campo, a relação entre turismo e o mercado da moda, enfatizando as intercessões que esses mercados apresentam, relevando os principais itens da atividade turística que são cotidianamente necessários a estruturação do mercado da moda no Brasil e no mundo. Enfatizando um nicho de uma atual profissão, recorrente do mundo digital, que podem representar a caracterização e exemplificação, desse novo segmento acerca de turismo e moda, que são os blogueiros ou *digital influencer*¹.

A partir da observação do pesquisador, percebeu-se através de artigos científicos e leituras de algumas obras, a deficiência de pesquisas referentes a esse novo segmento, principalmente em relevância aos influenciadores digitais, que atualmente vivem o auge de suas profissões, e são usados como constante inspiração para a nossa sociedade atual.

Essa pesquisa obteve como base, as referências de turismo básicas interligadas às necessidades que o mercado da moda usufrui, como a utilização de hotéis, cidades, eventos e papéis que por muitos anos eram representados pela atividade turística e/ou profissionais do turismo, e que atualmente são também desempenhados por influenciadores digitais, através de suas perspectivas, opiniões e redes sociais.

A pesquisa contou com a entrevista de uma das várias blogueiras deste segmento, com o intuito de darmos ênfase e relevância às principais características que influenciam sua profissão, e que são interligadas a atividade turística. Iremos analisar como e por que o turismo por muitas vezes está totalmente interligado ao mercado da moda, e principalmente ao trabalho desses influenciadores digitais, que utilizam das redes sociais como ferramenta de trabalho, propaganda e constante influencia para seus utilizadores.

2. AS CIÊNCIAS HUMANAS E A RELAÇÃO COM TURISMO

Acerca da conclusão do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, no qual fazemos estudo das ciências do homem, sua mente, seus costumes, suas histórias e suas progressões, pudemos nos

¹ *Digital Influencer* tem como tradução influenciador digital, são pessoas que possuem maior visibilidade de suas publicações nas mídias digitais.

confrontar com várias disciplinas em que avaliamos o comportamento do mesmo, e sua importância para o meio em que vivemos, além de suas possíveis consequências. Dentro dessas disciplinas relevamos os estudos das ciências sociais, com o histórico social, ideológico e cultural que o homem e nossa sociedade carregam. O estudo da ciência da religião onde ressaltamos a cronologia dos dogmas religiosos que existiram e que ainda se instauram em nossa sociedade. A filosofia com suas questões existenciais e de pensamento ideológico. E por último e não menos importante, o turismo, graduação que pretendo me ingressar após o bacharelado, onde temos a visão cultural do mundo e de seu todo, acerca das estruturas enraizadas culturalmente em nossa sociedade, e sobre as demais perspectivas de futuro que visionaremos ao longo dos estudos.

Área essa que me despertou o interesse, por lidar com várias perspectivas, amplas oportunidades no mercado com abrangência em eventos, viagens, política cultural, planejamento, patrimônio e outras infinitudes de ramos. Afunilando o aspecto turístico para a pesquisa que compõe esse trabalho, iremos mergulhar no mundo do turismo como viagem, entretenimento, trabalho e principalmente, moda. O turismo é uma atividade identificada desde os primórdios da história, as viagens já eram realizadas pelos homens da pré-história, por vários motivos, mas os primeiros a desempenhar as viagens com perspectiva de turismo e entretenimento foram os romanos. Esses cidadãos viajavam em busca de praias, teatros e os gladiadores, eram atrativos que desempenhavam o deslocamento dos romanos para assistirem e participarem desses eventos. Com o passar dos séculos, a evolução do povo, a tecnologia, a religião, a necessidade da busca de conhecer novos territórios, a atividade turística relacionado a viagens obteve um aumento crescente. No século XVIII o turismo já possui caráter importante na sociedade, tendo obviamente como outros setores da nossa sociedade seu “boom” no século XIX, após a Revolução Industrial.

O Brasil como colônia foi um país concebido na perspectiva das viagens, acerca dos portugueses com as grandes navegações. Somos um país que nasceu da viagem e das descobertas. Relacionando o nosso país com as atividades turísticas oficiais, recebemos logo no período de colonização os nossos “primeiros turistas naturalistas”, eles eram George Gardner e Charles Darwin, naturalistas que obtinham curiosidade sobre a nova colônia. Ao longo dos anos, a medida que a necessidade foi surgindo acerca de outros visitantes, foram sendo inaugurados hotéis, restaurantes e casas de entretenimento (casinos, casas de show e bares). A partir do ano de 1900 a atividade turística no Brasil foi tomando um rumo mais certo, recebendo a primeira excursão internacional, organizado pela agência do estrangeiro Thomas Cook². Com o recebimento desse grande evento, cidades como Rio de Janeiro e São Paulo se viram fomentadas a construir hotéis com uma melhor estrutura, para que tais visitantes pudessem se hospedar. Nessas empreitadas grandes hotéis foram construídos e, entre eles, o hotel Copacabana Palace.

É notável que a atividade turística possui cunho importante em vários aspectos da sociedade, tomando mais importância a partir do século XIX até os tempos atuais. Com o tempo, as segmentações dos serviços turísticos foram aprimoradas, sendo criados segmentos como turismo para terceira idade, infantil, para solteiros ou casados, intercâmbios e outros afins. Com essa grande segmentação do turismo no intuito de preencher as lacunas de serviços, visando o aprimoramento do serviço turístico, novos ramos foram aparecendo, e ainda surgem em meio a esse mercado crescente. Um desses segmentos será tema dessa pesquisa, o turismo relacionado ao mercado da moda.

3. MODA E A RELAÇÃO COM O TURISMO

3.1. Universo da Moda

A moda atualmente é um dos pilares da nossa sociedade, tendo em vista o grande mercado que ela fomenta, e a importância social que ela representa para a nossa atual sociedade. Os primeiros registros referentes as vestimentas, deram-se na Europa, sendo mais específico na Inglaterra. A partir da Revolução Industrial, as máquinas, o aumento das produções o fluxo dos produtos, e simultaneamente do consumo, otimizou e redimensionou esse segmento. Com isso, o mercado se viu aberto as criações, logo em seguida com o surgimento das lojas, a população passou a consumir mais a moda, saindo de um plano artesanal, e tornando grandes

² Thomas Cook, considerado o pai do Turismo Moderno, promoveu a primeira viagem organizada da história.

produções. Mas existem registros, de estilistas da época aristocrata, como os costureiros de Maria Antonieta, e da corte francesa. Mas foi após a Revolução Industrial, que a moda passou a ter seu espaço no mercado capitalista.

A moda, e suas vertentes, deixaram de ser um acessório da sociedade para traduzirem importantes fatores como comportamento, identidade, posicionamento social, estilo e outros afins. A vestimenta não apenas supre a necessidade básica do homem, como assume uma série de papéis que envolvem a personalidade e fenômenos comportamentais e sociais, tanto individuais como em grupos.

“(…) A palavra ‘moda’ é de origem latina, *modus*, e significa ‘modo’, ‘maneira’, o que traduz muito o que esse segmento representa para nossa sociedade, além de todos esses fatores sociais, esse segmento representa um grande mercado, aquecido em todo o mundo, representando grande importância na atual economia nacional e mundial. Abrangendo vários setores como fábricas, confecções, ateliês, grandes lojas de departamento e outros. Em nosso país, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT, as indústrias de moda representam mais de 5% do Produto Interno Bruto (PIB), contribuindo sobremaneira com o crescimento da economia brasileira. Além de proporcionar emprego para quase 2 milhões de pessoas. (...)” (BITTENCOURT, 2016)

Esse segmento, vem andando de mãos dadas com a atividade turística, pela realização de alguns importantes eventos que chamam a atenção de todo o mundo, e são de grande importância para os envolvidos nesse mercado. Esses dois mercados se abraçam no intuito de preencherem requisitos para o melhor resultado do produto final, relacionando eventos, cidades, hotéis, restaurantes e outros afins, visando o aperfeiçoamento dessas atividades.

Atualmente o Brasil realiza vários eventos de moda, sendo eles feiras, desfiles, concursos, *workshops*, dentre outros. Alguns eventos tomam um cunho mais importante, por terem maior relevância e influência nesse mercado, sendo esse as semanas de moda, que são realizadas no Brasil, e em todo mundo. A *Fashion Week* tem como objetivo apresentar ao mercado, sociedade e investidores as tendências, novas perspectivas, estilistas consagrados e iniciantes, grandes e novas marcas e uma infinidade de segmentos associados a moda. Esse evento é realizado nas principais capitais do país, sendo o mais relevante o de São Paulo, por expor um parecer mais completo do cenário da moda nacional. A nível internacional dois eventos possuem mais relevância, por exporem uma visão moderna, inovadora e original do mercado da moda, que são as semanas de moda de Nova York e Paris. A *New York Fashion Week*, foi um dos primeiros eventos de moda a nível internacional, onde estilistas se uniram para expor suas coleções, e lançá-las ao mundo. Atualmente a semana de moda em Nova York, é conhecida como *Mercedes Benz Fashion Week*. Outra semana de moda relevante para o cenário da moda mundial é a *Paris Fashion Week*, organizada pela Federação de Moda Francesa, sendo caracterizada como uma das quatro mais importantes semanas de moda de todo o mundo, onde grandes marcas do circuito da moda internacional, e principalmente europeias, apresentam suas coleções.

Tais eventos de moda, além de exporem as principais tendências e segmentos relacionados a esse mercado, fomentam uma série de outros setores que extrapolam os limites dos desfiles, coleções e modelos. Como tal evento é muito importante no cenário nacional e internacional, requerem uma estrutura completa como parceria com cidades, hotéis, restaurantes, transporte e outros setores que auxiliam na realização desses eventos. Algumas dessas cidades que cediam esses eventos como Nova York e Paris, atraem toda a atenção para a realização desses eventos, no intuito de sempre atraírem turistas, investidores e curiosos. Tornando-o referencial no nicho da moda internacional. Para exemplificar com mais eficiência todo esse mercado do turismo de moda, o pesquisador utilizou o estilo de vida das conhecidas blogueiras, ou como também são chamadas digital influencers para expor o cenário desse universo que se expande cada vez mais.

Utilizar algumas das blogueiras como exemplo para essa pesquisa, tem o intuito de expor esse setor do turismo de moda com mais eficácia, expondo assim o seu cotidiano, as suas iniciativas, seu modo de vida e suas perspectivas, analisando assim os setores de maior relevância no cotidiano dessas novas celebridades do mundo moderno.

3.2. Blogueiras

Com o avanço das tecnologias, a busca e a curiosidade por informações mais precisas a respeito de determinados temas, e a iniciativa de explorarem um novo mundo, abertos pelas portas que a *internet* concedeu, surgiram os *blogs*, por volta do ano de 1999, espaços dedicados a suprirem informações ao ponto de vista pessoal de seu idealizador, acerca de algum tema. A priori os blogs eram sites, onde o autor expunha seu ponto de vista acerca de algum tema de sua escolha, faziam dos *blogs* diários virtuais, espaços para discussão de política, humor e assim por diante. Com o passar dos anos, esse veículo de comunicação foi se aprimorando, sendo hoje grandes inspiradores para os leitores que o seguem. Atualmente existem importantes blogs a respeito de viagens, comportamento, moda e afins. E os idealizadores dos mesmos, passaram a ter grande reconhecimento por ditarem um estilo de vida, comportamento ou maneira de pensar, tornando-se *digital influencer* ou *web celebrity*. Sobre essa ferramenta que a *internet* disponibilizou, iremos mergulhar no mundo dos *blogs* sobre moda, comportamento e estilo de vida, que dão embasamento para essa pesquisa.

Com a grande repercussão dos blogs, e atualmente a união de outras redes sociais relacionadas a ele, a repercussão dessas informações estão constantemente atualizadas e processadas por nossa sociedade. A partir da moda e todo seu universo extenso, com várias referências significativas no mundo atual, o pesquisador preferiu, e achou mais apropriado ao tema, utilizar as blogueiras e suas redes sociais, como exemplo para tal fenômeno que atualmente acontece em todo o mundo. Essas blogueiras, passaram a se tornar um referencial de moda, beleza, cultura, comportamento e ditam as atuais tendências de moda, viagem e demais dicas. Usam o seu dia a dia para transmitir ao público suas preferências em relação a moda, cultura, comportamento, destinos, eventos, dentro outros. Atualmente esse mercado é fortemente explorado por uma série de "celebridades da *web*", em vários segmentos, sendo eles fitness, gastronômico, moda, viagens e outros mais segmentos que possam ser explorados.

A respeito do cenário virtual atual acerca dos *blogs* de moda e comportamento, podemos salientar um dos principais nomes de grande importância para ambos cenários, um deles é da empresária e *digital influencer*, ganhadora do prêmio "It Girl" pela Revista Glamour Brasil no ano de 2016, Helena Bordon. Apaixonada por moda desde criança, a empresária possui seu blog onde partilha momentos de seu cotidiano, tendências de moda, dicas de viagens, restaurantes e grandes eventos, conhecida a nível internacional, por ter trabalhado em uma das principais marcas de moda internacional, a grife de alta costura Valentino. Atualmente Helena divide seu tempo em sua marca "284", seu blog e redes sociais. Eleita pelo site "fashionista.com" como a décima terceira blogueira de moda mais influente do mundo, "sempre frequentou desfiles nacionais e internacionais. Única brasileira na lista, tem sua própria linha de óculos e ganhou um perfil no site "vogue.com".

As blogueiras se tornaram objeto de estudo dessa pesquisa por movimentarem vários mercados, a partir de um único, e sobretudo por possuírem muito peso como formadoras de opinião, através de suas redes sociais, e influenciarem uma gama extensa de pessoas. Essas novas formadoras de opinião além de influenciarem em estilo, moda, tendências, viagens, restaurantes e eventos, são tidas como inspiração para uma legião de fãs. Além de serem a personificação do segmento do mercado, turismo de moda, estimulado pelas grandes motivações da "economia *fashion*". As blogueiras se tornaram cartão de visitas para uma infinidade de setores totalmente ligados a atividade turística como hotéis, restaurantes, meios ou empresas de transporte, pontos turísticos e outros. A moda é a verdadeira motivação desta classe, mas diretamente ligado a esse segmento, a atividade turística segue aprimorando e enriquecendo esse mercado.

4. METODOLOGIA

O pesquisador utilizou da pesquisa de campo como ferramenta para o aprimoramento da mesma, contou com a colaboração da blogueira Karina Cruz, para a realização de um questionário, que auxiliou na análise, ponderação e relevância dos principais pontos acerca da pesquisa de gabinete com a pesquisa de campo.

A blogueira, Karina Cruz, que também soma as suas profissões as ocupações de empresária e modelo, iniciou sua jornada digital com o blog "Espaço De La Cruz", com a parceria de sua irmã onde orientava, através de dicas, empresas e tendências o mercado de casamentos. Tornando se colunista da revista "Casa Noivas". A partir de um convite, surgiu a oportunidade de se expor a uma gama de leitores sua rotina de exercícios e a prática de alguns esportes, sendo inseridos no canal "30 todo dia", canal esse que tem como objetivo "levar às pessoas informação, conteúdo e motivação, para que tenham hábitos saudáveis e pratiquem atividade física pelo menos 30 minutos todos os dias" (Site "30 todo dia").

Com a grande exposição acerca do canal, Karina Cruz resolveu criar um blog, onde disserta sobre a importância do exercício físico para a saúde, dicas de viagem, eventos de moda e *lifestyle* (estilo de vida). Onde obteve uma visibilidade maior dos leitores, por expor de maneira original e dinâmica, sua rotina de exercícios, provas a serem realizadas, perspectivas de sua viagem a seus olhos, e uma infinidade de especificidades que despertam o interesse dos leitores.

A blogueira foi interceptada através do aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*³, onde concedeu a entrevista ao pesquisador, sendo ela um questionário com quatro perguntas. O questionário que foi aplicada à blogueira, foi elaborado a partir das pesquisas de gabinete, e teve por objetivo abordar exatamente os temas que circundam essa pesquisa, acerca do modo de vida da blogueira.

5. ENTREVISTA

Entrevista realizada com a *digital influencer* Karina Cruz, no dia 20 de Julho de 2016, via aplicativo de mensagens instantâneas *Whatsapp Messenger*. A blogueira utilizou do seu ponto de vista, e de suas perspectivas profissionais e de vida para responder as perguntas.

DAVID VENTURI: Qual a relação que vê entre turismo, moda e sua profissão?

KARINA CRUZ: "O trabalho de influenciadora digital é muito perto da realidade, as pessoas têm interesse de saber, o que a gente faz, o que a gente usa, o nosso comportamento. E ficar só aqui, só onde realmente a gente trabalha, na nossa cidade, fica muito a mesma coisa, então acredito que quando a gente é convidada para fazer alguma viagem, a gente mostra a cultura do lugar. O que vestir nesse lugar, a gente mostra o *lifestyle* daquele lugar, entendeu? Eu acho que tem todo o conjunto para poder manter interessado o nosso seguidor, tanto é uma coisa que gera mais interesse, mais seguidores começam a se interessar pela nossa vida quando a gente viaja, porque a gente está ali mostrando uma outra visão sobre aquele lugar. Onde a gente come, quais lugares que são interessantes para a gente. E assim, tudo hoje em dia é indicação, então assim, a pessoa que te segue ela se identifica com o que você faz, e o que você usa, ela vai ver o que você fez ali naquele momento, naquela viagem, naquela locação, e aí vai querer fazer exatamente o que você faz, ela não vai perder tempo, pesquisando, fazendo milhões de pesquisas, pra saber o que ela vai fazer naquele tempo que ela tem de viagem, ela quer uma programação mais certinha, um "roteirinho", e ela vai na pessoa que ela segue, que ela se identifica. E é legal porque quando a gente fotografa, faz as fotos no lugar, ela já quer saber o que você está usando, para ela levar na mala também aquilo ali, para aquilo ali também fazer parte de todo o roteiro dela. Então quando eu faço uma viagem pela Adidas, ela me convidou para mostrar a cultura do lugar, para eu mostrar o que estou usando da Adidas, ou sem Adidas, porque eu não sou obrigado a usar só Adidas, eu posso usar outros looks também, porque quanto mais natural melhor, e compartilhar com as pessoas o que eu estou fazendo ali naquela viagem."

DV: Quando se desloca a trabalho, quais são as características que mais lhe chamam a atenção, quando chega a seu destino?

KC: "Sem dúvida nenhuma a cultura, independente se a viagem é nacional ou internacional, a gente fica admirando a cultura que é diferente da nossa, e tenta entrar nesse clima, do lugar."

DV: Ser *digital influencer* é uma profissão relativamente nova, como é ter o poder de ajudar a formar opinião de pessoas que na maioria das vezes você não conhece?

KC: "Concordo é super nova, se tornou uma profissão, porque muitas marcas começaram a se interessar por essa visão, das *It girls*, ou pessoas que têm esse poder de influenciar outras pessoas. Mas sempre existiu, sempre existiram pessoas que você se admira, que você se identifica com o estilo, se identifica com o *lifestyle* e o comportamento. Então é uma responsabilidade muito grande, você tem que ter uma credibilidade de passar uma informação real, daquilo que você realmente faz, você não pode simplesmente sair fazendo milhões de propagandas, e ficar falando de marcas sem ter usado aquilo, porque os seguidores cobram isso de você depois, então é uma responsabilidade grande, e ao mesmo tempo é uma delícia, porque é legal receber mensagens de pessoas que dizem "eu me inspiro em você, eu admiro muito seu estilo a forma

³ WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS.

que você trabalha." As pessoas acham que é fácil, que é simples, mas é muito mais complicado, então você tem que ter uma exigência ali, de levar para o público um conteúdo de qualidade, e não simplesmente, sair falando da marca de qualquer coisa, pra qualquer pessoa, porque cara as pessoas estão ali pra acompanhar, estão acompanhando e elas vão te cobrar depois, entendeu?"

DV: O que mais lhe motivou a se tornar *digital influencer*?

KC: "Na verdade, assim, eu nunca, eu não me tornei uma *digital influencer* assim do nada, foi uma coisa que eu sempre tive, pessoas que se interessavam pelas coisas que eu fazia, como por exemplo o que eu faço com meu cabelo, onde eu comprei aquela roupa, qual é a minha alimentação, existia a curiosidade de outras pessoas, sempre existiu. E a partir do momento que eu percebi que isso poderia ser uma coisa que eu poderia compartilhar, surgiu esse *boom* de blog, e eu vi essa oportunidade "ai" de poder compartilhar com as pessoas que tinham essa curiosidade, de falar um pouquinho sobre isso, sobre o meu dia a dia, sobre a minha vida. E deu certo, hoje em dia eu tenho umas pessoas bem fiéis, que me seguem em todas as redes sociais, tem essa admiração mesmo, é uma troca muito boa, eu não me considero uma influenciadora, eu acho até isso, não sei, eu não gosto muito dessa palavra, acho muito forte, eu não influencio, eu acho que eu gosto mais da parte de inspiração, porque eu acho que se for pra somar na vida das pessoas, pra mim é muito mais legal do que simplesmente influenciar, então virou um trabalho mesmo, virou uma coisa que eu tento ter o máximo de cuidado com minha imagem, com toda a parte de pessoas e parceiros, eu sou muito exigente, então acredito que isso também, passa essa coisa para as pessoas, passa essa credibilidade para as pessoas, porque eu sou exigente, eu gosto de coisa boa sabe, então acho que é isso, as coisas foram tomando um rumo, não foi de uma hora para a outra "a gente eu vou fazer um Instagram e vou ser blogueira." Não foi uma coisa que de lá atrás já existia esse interesse das pessoas. Acho que é isso."

Analisando a entrevista feita com a blogueira Karina Cruz, podemos salientar alguns pontos chave, que são o alicerce do seu trabalho como *digital influencer*, questões como admiração, perspectivas próprias, estilo de vida e o mercado das marcas são alguns dos alicerces desse trabalho. Apesar da nova profissão, o interesse de grandes marcas, sociedade e dos blogueiros foram cruciais para o aprimoramento, e estruturação dos influenciadores digitais, questões que circundam entre a admiração para com o ídolo e interseções de interesses entre o público e o profissional, sendo cruciais para o sucesso desse segmento digital. Atualmente não se obtém só os números de alta visibilidade, mas também a ascensão econômica dos profissionais, marcas e destinos, utilizando do *way of life*, como publicidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a pesquisa de campo realizada, e os estudos obtidos em gabinete, foi possível relevar e analisar mais especificamente quanto o segmento da moda e o turismo andam entrelaçados. E como o papel das blogueiras é de suma importância para esse mercado, e conseqüentemente para outros. Após a análise da pesquisa, o pesquisador pode perceber, que a figura das blogueiras extrapola os limites antes imaginados, por obter uma importância muito mais significativa, no poder de influência para com o público, e na realização de seu trabalho, desempenhando papéis similares a profissionais do turismo. Utilizando como ferramenta, as redes sociais, para desacerbaram pontos positivos, atraindo a sociedade para seu estilo de vida, e comportamento.

Além de influenciadores digitais, os blogueiros são capazes de desempenhar papéis de aspirantes a turismólogos, onde disponibilizam roteiros, dão parecer da cultura, fazem indicações de vestimentas, restaurantes e serviços. E acabam por desempenhar e substituir ferramentas do turismo, no intuito de exporem aos leitores, conteúdo de qualidade para a possível execução dessas atividades. Com as pesquisas e a entrevista cedida pela blogueira, percebeu-se que a reciclagem desse trabalho, também é elemento crucial para a captação de novos seguidores, e a motivação dos interesses do que já os seguem, buscando sempre novas alternativas, e pontos originais de demonstração, para que o público permaneça interessado.

Analisar a sociedade, e o seu comportamento também foi de grande importância, pois pôde-se perceber que a população está totalmente inserida no mercado das mídias digitais e com ânsia por novos olhares, perspectivas singulares. O que torna o trabalho dos blogueiros em constante transformação de seus trabalhos, e formas de expor os mesmos.

Vale ressaltar que esse mercado além de utilizar ferramentas do turismo como diferencial para o aprimoramento do serviço, ainda movimentam economicamente esse novo setor. Cada blogueiro possui sua "tabela de preços" para a demonstração de eventos, idas a determinados destinos, publicações e parcerias com algumas marcas.

O resultado das pesquisas teóricas juntamente com a entrevista da blogueira Karina Cruz formam união de conhecimento pois como já identificado, o turismo é sim, constante parceiro, e um dos alicerces para o mercado da moda. Sendo necessário a utilização de suas ferramentas constantemente. Utilização tão assídua, que fomentou alguns desses influenciadores digitais, a exporem a realidade turística de eventos de moda, hotéis que frequentam, restaurantes e cultura de alguns lugares em que visitam. O turismo em outras palavras se tornou "braço direito", do mercado da moda e das blogueiras, no intuito de preencherem esse mercado, e proporcionarem aos investidores, público e blogueiros um leque de ferramentas para instigarem ao público a curiosidade, e despertarem novos olhares acerca de espaços por muitas vezes já conhecidos, mas sob novas perspectivas.

Podemos concluir então que o turismo e o mercado da moda, atualmente se integraram, acerca das novas perspectivas e exigências que sociedade e o mercado exigem. Fazendo com que, profissionais como os blogueiros, desempenhem figura importantíssima no resultado final, por serem eles expositores de um universo, que é desejado pela maior parte da população, ou por um segmento dela. Eles são figuras referencias para essa categoria, por exporem as melhores perspectivas do mercado que exploram, sendo eles as cidades mais importantes do circuito da moda, ou hotéis que cediam grandes eventos e até mesmo os grandes eventos em que frequentam. A parte intercessora desses dois mercados agora se veem totalmente inseridos um dentro do outro, por desempenharem trabalho em conjunto, para produzirem o melhor produto final, que chegara ao público, que vem exigindo cada vez mais desses profissionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- LIPOVETSKI, Gilles; O Império do Efêmero, A moda e seu destino nas sociedades modernas. Editora Schwarcz Ltda. São Paulo. 2009.
- MAFFESOLI, Michel; O Tempo das Tribos. O Declínio do individualismo nas sociedades de massa. Forense Universal. São Paulo. 1998.
- NOROGRANDO, Rafaela; A História da Moda; Revista de Moda Cultura e Arte. São Paulo. 2010.
- RASIAN, Eliane; Dornelles, Eliane; A moda, como meio de comunicação, gera símbolos diferenciados da tecnologia. Rio Grande do Sul. 2010.
- ELMAN, Debora; Análises das experiências de viagens e seu impacto nas referências de moda das viajantes. Porto Alegre. 2014.
- GOMES, Christianne L. Verbete Lazer – Concepções. In: GOMES, Christianne L. (Org.). Dicionário Crítico do Lazer. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004. p.119-126.
- BITTENCOURT, Renato Nunes. Moda: uma sociedade com os sentidos embotados, 2016. Disponível em: < <http://psiquecienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/73/artigo265022-1.asp> />. Acesso em: 23 de julho 2016.

LINKS DA INTERNET

- <http://www.ufjf.br/turismo/2015/02/25/inicial-2/>
- <https://turismoreceptivo.wordpress.com/historia-do-turismo/>
- <https://turistificando.wordpress.com/2009/11/13/thomas-cook-o-pai-do-turismo-moderno/>

- <http://voque.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/03/saiba-quem-sao-20-bloqueiras-de-moda-mais-influentes-de-2016.html>
- <http://www.helenabordon.com/about/>
- <http://modeloatoratriz.com.br/conheca-os-principais-desfiles-de-moda-mundo/>
- <http://www.30tododia.com.br/sobre-o-projeto/>
- http://www.zimmermann.com.br/turismo_rural_um_modelo_brasileiro.pdf
- <http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/204/174>
- https://www.whatsapp.com/?l=pt_br