

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

## O JORNALISMO DE MODA EM TEMPOS DE REVISÃO DE VALORES

Alves, Larissa Molina; Mestre;  
Universidade Federal da Bahia (UFBA),  
larimolina@gmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

O trabalho discute a reconfiguração de valores e formatos da mídia especializada em moda na contemporaneidade e aspectos relacionados ao jornalismo inseridos neste processo. Partimos da compreensão de que o jornalismo de moda envolve princípios de campos sociais que já se encontravam em transformações diante das dinâmicas nos processos de midiaticização e na sociedade. No entanto, procuramos analisar neste trabalho a cobertura especializada em moda em parte do ano de 2020, principalmente a partir dos impactos da pandemia do vírus Covid-19 e outros fatos de repercussão global que provocaram alterações na cobertura jornalística, na indústria da moda, no comportamento e, conseqüentemente, também na produção e consumo do jornalismo de moda.

A partir de uma abordagem exploratória e metodologia da análise de conteúdo, o estudo apresenta um levantamento sobre condições de produção das publicações de produtos midiáticos representativos do jornalismo de moda no Brasil, como as notícias veiculadas nos sites das revistas Vogue, Elle, FFW e em suas páginas no Facebook e Instagram, no período de março a julho de 2020. Em busca de identificar o contexto sociocultural do que está sendo mostrado e revestido de quais valores, analisamos indicadores referentes a atividade jornalística, além de aspectos textuais e gráficos. Observamos, principalmente o movimento da aceleração da digitalização e circulação em rede dos conteúdos e a necessidade de explorar questões sociais, éticas e/ou ambientais.

De modo geral, a produção das imagens foi bastante reinventada e as fotografias dos editoriais de moda proporcionam outra experiência estética, revistas de moda tradicionalmente impressas apostam mais rigorosamente em estratégias de conteúdo para internet a partir de podcasts, newsletters, produção audiovisual e transmissões ao vivo.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Cultura e Sociedade (UFBA) e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Integra o Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJOR/UFBA) e o Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (UFRB).

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

As imagens e textos são feitos em colaboração com o público, artistas e columnistas. As notícias exploram os impactos da pandemia na indústria da moda, nos desfiles, no consumo e na aparência corporal. Conteúdos sobre o racismo na moda brasileira e a produção de estilistas negros também foram desencadeados pela repercussão nas redes sociais dos protestos antirracistas que reverberaram nos Estados Unidos.

A análise revela que algumas propriedades e características tradicionais do jornalismo de moda já estudadas permanecem determinantes, porém se observa a reconfiguração nos formatos narrativos, bem como adaptação e/ou crescente adesão a valores em expansão no campo da moda, do jornalismo e da cultura como diversidade/pluralismo, atualidade/relevância e criatividade/inação, entre outros que esta pesquisa procura analisar. Portanto, procuramos identificar neste trabalho tendências do jornalismo de moda na cultura contemporânea e ainda que em fase inicial, algumas das suas estratégias em um período que se tornou mais evidente a revisão de valores na sociedade. Algumas das principais referências são textos que abrangem categorias teóricas relacionadas ao diálogo da moda com as dinâmicas da cultura e sociedade, midiatização e do jornalismo, tais como Pierre Bourdieu, Agnes Rocamora, Nelson Traquina, Gislene Silva, Ruth Joffily, Débora Elman, Ana Marta Flores, entre outros.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Moda, Valores.