



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

JORNALISMO DE MODA: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Alves, Larissa Molina; Mestre;
Universidade Federal da Bahia (UFBA),
larimolina@gmail.com¹


RESUMO

O trabalho trata-se de uma investigação dos estudos sobre o jornalismo de moda, visando identificar as perspectivas temáticas, conceituais, metodológicas e resultados encontrados. Buscamos artigos, dissertações e teses publicados entre 2011 a 2021 e examinar o que revelam sobre a cobertura jornalística e seus formatos, finalidades e valores, entre outras questões para compreender o fazer jornalístico de moda. Os tipos de jornalismo que não se alinham com as noções idealistas do jornalismo de vigilância crítica, como o jornalismo de estilo de vida, foram relegados às margens da investigação acadêmica, mas é necessário ter uma visão mais ampla e menos normativa do campo para compreender o jornalismo em sua totalidade (HANUSCH, 2012).

O jornalismo de moda atua na mediação do sistema de moda desde a institucionalização e regulamentação da alta costura pelas câmaras de indústria e comércio parisienses em meados do século XVIII e seu discurso possui forte entrelaçamento com o discurso publicitário e o estético (ELMAN, 2017). O jornalismo de moda auxilia os leitores a adequar as tendências da moda ao seu cotidiano e expõe todo um universo de relações humanas em que implica a simples escolha de uma peça de roupa (JOFFILY, 1991, p.2).

O procedimento da pesquisa bibliográfica é desenvolvido com base em material já elaborado e sua principal vantagem reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que poderia pesquisar diretamente (GIL, 2002, p. 45). A pesquisa seguiu os procedimentos: exploração das

¹ 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).





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

fontes, leitura do material e análise dos dados a partir da busca dos termos: “jornalismo” e “moda”, “jornalismo de moda”, “revistas”, “jornalismo de estilo de vida” e “jornalismo feminino” e “moda” (em português, inglês, espanhol e francês) em periódicos reconhecidos na pesquisa nacional e internacional de estudos de comunicação e jornalismo, além de bancos de dados científicos e livros.

O total de 70 publicações de autoria de pesquisadores advindos de universidades em 17 países reúne, de modo geral, pesquisas de análise de discurso e conteúdo de produtos midiáticos. Observam as funções simbólicas, ideológicas, estéticas e comerciais do jornalismo de moda que é caracterizado principalmente a um jornalismo especializado, gênero de discurso híbrido, subgênero do jornalismo de estilo de vida. É recorrente investigações das suas relações com aspectos históricos, comportamentais, linguísticos e interações com a publicidade, consumo, fotografia, internet, blogs e redes sociais.

Espera-se que a análise ofereça o estado da arte e um exame geral dos estudos sobre o jornalismo de moda, sistematizar as principais características já estudadas e interpretar o que revelam sobre essa atividade profissional na contemporaneidade. Esse levantamento, portanto, compreende a relevância de apresentar apontamentos teóricos e contribuir para pesquisa sobre o jornalismo de moda e temas afins a moda e mídia.

Palavras-chave: Jornalismo; Moda; Pesquisa.

