

A DIVERSIDADE E A PLURALIDADE NO JORNALISMO DE MODA

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


RESUMO

A diversidade é uma das principais demandas sociais atuais que pressionam a moda se tornar mais inclusiva, justa e plural. No jornalismo, uma das suas principais finalidades é apresentar a pluralidade da sociedade (REGINATO, 2017). A pluralidade no jornalismo é associada principalmente a necessidade de dar visibilidade a opiniões e interesses distintos existentes em uma sociedade (TRAQUINA, 2005; LAGE, 2014, GUERRA, 2016). Nesse sentido, o estudo tem como objetivo discutir a ascensão da diversidade e suas relações com a pluralidade no jornalismo especializado em moda (BEST, 2017; ELMAN, 2017; FLORES 2018), especialmente na produção das revistas de moda na mídia digital.

Foram analisadas a partir da metodologia da análise de conteúdo (BARDIN, 2002), os sentidos atribuídos as palavras diversidade e a pluralidade em conteúdos publicados entre junho de 2021 e junho de 2022 nos websites das revistas Elle Brasil, Vogue Brasil e Harper's Bazaar Brasil. A análise se limitou ao resultado de buscas nos acervos online que contém tais palavras-chave nos títulos, subtítulos ou no primeiro parágrafo. Foi observada a relação da palavra com o assunto principal, o formato jornalístico, a autoria do texto ou da declaração, entre outros aspectos que receberam ênfase e destaque no conteúdo textual e visual. Como resultado, observamos que a diversidade é frequente em notícias ou conteúdos patrocinados que destacam ações de representatividade e inclusão de marcas de moda e beleza, além das ações das próprias revistas. Diversidade e pluralidade também é frequente em textos de colunistas e convidados em textos que vão além do vestuário e beleza, mas também envolvem a cultura pop, culinária, negócios e estilo de vida.

Concluimos que as revistas utilizam cada vez mais das temáticas da inclusão, diferenças culturais, identitárias e da sociedade plural nas suas estratégias editoriais, o que acompanha valores sociais atuais e hábitos de consumo em ascensão. Portanto, nesse momento em que a diversidade ganha a pauta da mídia, da sociedade e da moda, as revistas de moda têm a oportunidade de investir em um fazer jornalístico mais plural, ainda que com restrições e contradições. Deste modo, o estudo contribui na discussão sobre

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).



diversidade, moda e consumo tendo como ponto de partida o papel do jornalismo de moda nesse processo.

Palavras-chave: Jornalismo de moda; Diversidade; Pluralidade.

