

O APELO ESTÉTICO COMO VALOR-NOTÍCIA FUNDAMENTAL DOS EVENTOS DE MODA

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


RESUMO

O presente estudo tem como objetivo discutir como o apelo estético (BEDNAREK & CAPLE, 2016) é um valor-notícia fundamental na difusão dos eventos de moda na mídia digital. Componente da noticiabilidade, o valor-notícia é um dos fatores que influenciam o que se torna notícia e como os eventos são cobertos (SHOEMAKER, 2006). O apelo estético está associado a uma das principais características do jornalismo de moda que é a supremacia da imagem (FLORES, 2018) e ao uso de estratégias discursivas da estética (ELMAN, 2017). A fotografia de moda, por exemplo, não é, necessariamente, artística, mas é estética, pois responde a uma certa expectativa e seu efeito visa o envolvimento do público, estimulando o desejo (CIDREIRA, 2011).

A partir do conjunto mais atualizado de valores-notícia (HARCUP & O'NEILL, 2016) e um dos poucos estudos que analisam o papel da visualidade nos valores-notícias (BEDNAREK & CAPLE, 2016) foram analisados os elementos extrínsecos aos eventos e na construção das coberturas a partir da análise de conteúdo (BARDIN, 2002) e da antropologia da comunicação visual (CANEVACCI, 2009) nos perfis do Instagram e websites da revista Elle Brasil (mídia tradicional do jornalismo de moda), jornal Folha de S. Paulo (produto jornalístico generalista) e no perfil @Hylentino (um dos novos agentes da circulação conteúdo de moda) durante a cobertura da São Paulo Fashion Week N54, em novembro de 2022, e o Met Gala, promovido pela revista Vogue, em 1 de maio de 2023.

Como resultado, observa-se que os eventos de moda são representados como espaços

¹ Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Cultura e Sociedade (UFBA) e Jornalista pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Integra o Núcleo de Estudos em Jornalismo – (Njor), o Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura (UFRB) e atua como e professora substituta no Centro de Artes Humanidades e Letras (CAHL) da UFRB.



de difusão do que é reconhecido como belo. A noção de belo está associada a certa complacência em torno de algo ou alguém que suscita a contemplação (CIDREIRA, 2014, p. 97). Há uma valorização extrema dos recursos visuais e sonoros, além da busca pela instantaneidade. A SPFW apresenta criações, produtos, tendências e estilos a partir de desfiles. Já o Met Gala, hipervaloriza a aparência, as celebridades internacionais, o luxo e a cada look do tapete vermelho, sejam simples, elegantes, chamativos ou exóticos, uma nova postagem. Tudo isso parece buscar ativar de uma maneira singular a sensibilidade do usuário-leitor.

A Magnitude, Audiovisual, Poder de Elite, Entretenimento, Celebridade, Shareability, Agenda e Surpresa (HARCUP & O'NEILL, 2017) tornam esses eventos noticiáveis, no entanto, o *Apelo Estético* se mostra fundamental nos dois casos e em todos os veículos. Apenas a grande quantidade de imagens que a moda fabrica não explica a sua repercussão. O processo do consumo dos conteúdos também sugere uma experiência estética, pois se tornam espetáculos destinados a contemplação, onde a funcionalidade ou materialidade da roupa é menos importante. Assim, o estudo espera contribuir para a discussão do apelo estético como elemento da noticiabilidade, aspecto ainda mais importante no âmbito do jornalismo de moda.

Palavras-chave: Apelo estético; Jornalismo de moda; Eventos de moda;