

A INFLUÊNCIA DOS BLOGS NO JORNALISMO DE MODA

OLIVEIRA, Lorena Fiori de (autora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

REZENDE, Vera Lucia Guimarães (orientadora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

A moda é um dos fenômenos mais influentes da civilização, está diretamente ligada ao corpo, à arte, à linguagem e ao consumo. Entendê-la é compreender também a sociedade em que vivemos e seus indivíduos. Até o surgimento da web, por volta da década de 90, a cobertura sobre o universo da moda se limitava às revistas especializadas. No Brasil, a chegada do jornalismo de moda se deu em meados da década de 60, e a partir daí, tornou-se possível reproduzir o que era tendência nos centros mundiais da moda, abrindo o horizonte estético das mulheres e introduzindo temas relacionados ao universo feminino da época. A web 2.0, criada em 2004, permitiu uma maior troca de informações entre os internautas, transformando o consumidor em produtor de conteúdo, democratizando ainda mais o acesso a conteúdos antes restritos aos profissionais da área. Os blogs incorporaram a moda, divulgando e debatendo o assunto com a agilidade cibernética. Assim, essas plataformas ganharam força e notoriedade, alcançando um espaço na mídia como fontes confiáveis. Este trabalho propõe um estudo sobre os blogs de moda para entender sua linguagem e estratégias. Os objetos de estudo serão blogs, tanto produzidos por internautas quanto vinculados às revistas tradicionais impressas. Será feita então uma comparação a fim de entender as influências que ambos tiveram uns sobre os outros, a fim de descobrir o que mudou na mídia tradicional com a chegada da mídia digital, e finalmente, descobrir o que as novas mídias herdaram das mídias mais tradicionais.

Palavras-chaves: Blog. Moda. Internet. Jornalismo de moda.

REFERÊNCIAS:

SVENDSEN, Lars. Moda: Uma Filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010

JOFFYLI, Ruth. O Jornalismo e a Produção de Moda. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991

SCHITTINE, Denise. Blog: Comunicação e escrita íntima da internet. Rio de Janeiro: Record, 2004

RAMONE, Ignacio. A Explosão do Jornalismo Das Mídias de Massa à Massa das Mídias. São Paulo: Publisher, 2012