

Editores de conteúdo de moda: rotinas contemporâneas

Kaylane da Silva Freire¹

Tháisa Cristina Bueno²

UFMA – Universidade Federal do Maranhão

RESUMO

O presente trabalho estuda as mudanças identificadas nas práticas dos editores dos portais de notícias da região Nordeste (jornais, revistas, blogs e instagram), visando identificar padrões, tendências e influências externas que possam ter impactado transformações ao longo dos anos no jornalismo de moda. A pesquisa está em seu estágio inicial e busca entrevistar nove editores do Nordeste, cada um de seu devido estado. O objetivo é continuar o trabalho nos próximos meses e resultará em reflexões valiosas, pois esses insights de conteúdos não são facilmente encontrados de forma sistemática, o que torna essa pesquisa uma oportunidade significativa para compreender e confrontar esses pontos de vista com as visões dos autores e profissionais que analisam/trabalham com jornalismo na atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Editores; Mudanças; Moda; Nordeste; Jornalismo

INTRODUÇÃO

Para além do modo como são definidas, as revistas, atravessaram mudanças significativas para se adaptarem ao ambiente virtual da web e aproveitarem as oportunidades oferecidas pelo ciberespaço. Isso envolve investimentos em plataformas, ajustes para integração nas redes sociais, entre outras estratégias. No entanto, ao contrário dos jornais impressos, que têm migrado para portais e sites online, as revistas ainda mantêm uma forte ligação com o formato físico, apesar das crescentes dificuldades financeiras associadas às vendas e custos de produção.

A indústria da moda está em constante evolução, impulsionada pela tecnologia digital e pelas mudanças nas preferências dos consumidores. Nesse cenário dinâmico, os

editores de conteúdo de moda surgem como figuras-chave, moldando a narrativa e influenciando as tendências dentro do setor. Nesse contexto, este estudo tem como objetivo geral, compreender como o conteúdo jornalístico de moda é produzido na contemporaneidade, investigando as práticas e rotinas dos jornalistas que atuam como editores nesse nicho específico. E como específicos: identificar as práticas que marcam a rotina do editor de moda em diferentes portais de notícias, realizar entrevistas e discutir os desafios da atuação do editor de moda na contemporaneidade.

Para alcançar esses objetivos, planeja-se entrevistar profissionais que trabalham em revistas, jornais sites e blogs que publicam matérias sobre moda. O foco será em nomes de referência cujos editores concordem em participar da pesquisa. A meta é entrevistar nove profissionais, incluindo editores de revistas, sites e redes sociais (blogs e/ou Instagram) reconhecidos no setor.

A pesquisa está em seu estágio inicial e se propõe investigar sobre as práticas dos jornalistas que atuam como editores de moda de portais noticiosos nas Capitais Nordestinas. A justificativa para essa abordagem reside no fato de que é fundamental compreender a dinâmica da indústria e seu impacto na sociedade, além disso, ela documenta uma discussão crucial para o cenário midiático contemporâneo, envolvendo profissionais de veículos renomados no setor. No qual, as entrevistas proporcionaram uma oportunidade única para entender as perspectivas dos produtores/editores de conteúdo jornalístico segmentado sobre questões essenciais para sua prática profissional.

Objetivo Geral:

Investigar a atuação dos jornalistas de moda, principalmente os editores, em diversos veículos de comunicação nas capitais nordestinas. Buscamos compreender as práticas profissionais, desafios e contribuições desses profissionais para a cobertura e disseminação de conteúdo relacionado à moda na região nordeste do Brasil.

Objetivos Específicos:

- Analisar as estratégias e abordagens adotadas pelos editores de moda em diferentes veículos de comunicação nas capitais nordestinas, incluindo revistas, jornais, sites e mídias sociais, para a seleção, produção e divulgação de conteúdo relacionado à moda.

- Identificar os principais desafios enfrentados pelos jornalistas de moda, em especial os editores, ao cobrir o cenário da moda nas capitais nordestinas, considerando aspectos como acesso a fontes, diversidade de temas abordados e características do mercado local.
- Investigar o impacto da atuação dos jornalistas de moda, sobretudo dos editores, na construção e disseminação de tendências, na promoção de marcas e estilistas locais, bem como na formação de opinião e no desenvolvimento da indústria da moda na região nordeste do Brasil.

REFERENCIAL TEÓRICO

Papel dos Editores de Conteúdo Jornalísticos em Portais

Os editores de moda sempre foram “peças-chave” em uma revista. Suas responsabilidades abrangem desde a curadoria do conteúdo apresentado nas revistas e outros meios até a cuidadosa seleção dos itens a serem destacados, assim como a produção de conteúdo escrito. Isso incluía a redação de artigos sobre as últimas tendências, dicas de estilo, entrevistas com designers e análises da indústria da moda. Além de estabelecer parcerias com marcas, e figuras influentes, assegurando acesso exclusivo a novas coleções, eventos e informações privilegiadas.

Com o grande avanço da mídia e dos portais de notícias, atualmente, os editores desempenham novas funções nos veículos de comunicação. Hodiernamente, eles devem se aproximar cada vez mais das audiências, que agora também estão envolvidas na produção de conteúdo, enquanto continuam a refletir constantemente sobre suas práticas. Jean François Fogel (2007) observa que o papel do editor é agora mais definido pela sua integração em um fluxo de conteúdo do que pela sua posição hierárquica, destacando uma mudança no protagonismo e nas ferramentas disponíveis para os editores, influenciadas pelas condições e demandas do mercado. O jornalismo especializado em moda, conforme destacado por Joffily (1991), deve manter o público informado sobre os últimos lançamentos e tendências, destacando assim o seu valor no contexto atual.

Os profissionais devem atender às necessidades dos leitores, proporcionando um serviço de qualidade. Isso é alcançado por meio da entrega de informações extremamente objetivas. Conforme mencionado por Joffily (1991, p.12), é essencial realizar esse papel junto ao público, adaptando os sonhos da moda à realidade das leitoras e concedendo a elas o direito de incorporar esses sonhos em seu cotidiano. Joffily também enfatiza a

importância de os jornalistas de moda estarem preparados para abordar questões culturais. Acredita-se que sua formação, tanto técnica quanto cultural, seja sua única defesa contra a desvalorização que enfrentam.

Dentro do contexto da midiaticização, as rotinas dos editores de moda, junto com suas tomadas de decisão, envolvem práticas que se alinham aos padrões do jornalismo e aos critérios de noticiabilidade. Eles desempenham um papel significativo na criação e disseminação das representações da moda, assim como na reprodução e promoção de determinados padrões e ideais de beleza. Embora não se possa afirmar que são os meios de comunicação de massa que inventaram o glamour do mundo fashion, é importante destacar que a linguagem e os códigos utilizados - sejam eles escritos, estéticos (como gráficos, visuais e artísticos) ou até mesmo sonoros - são selecionados pelos editores que trabalham em revistas de moda e na imprensa feminina em geral. Essas escolhas funcionam como catalisadoras das tendências propostas por todo o setor, como apontado por Torrejón (2005).

A jornalista esclarece que esse tipo de imprensa se apropria das tendências propostas pelo establishment da moda, incluindo as marcas, os criadores e a indústria, que estão no final do circuito de produção relacionado à moda. Além disso, considera também os grupos de opinião, como o gosto dos jovens. O resultado desse conjunto de influências é a proposta que o veículo de comunicação produz, refletindo, em última análise, sua própria ideologia.

METODOLOGIA

Para colocar em prática os objetivos deste estudo, foi realizado um levantamento bibliográfico que ajudou a situar a discussão sobre o tema em outras pesquisas, bem como fazer um levantamento cartográfico para identificar os veículos que servirão de base para as entrevistas. Serão entrevistados 9 profissionais, no qual, sua função nesses portais é de editores. O número 9 representa os 9 estados do Nordeste, ou seja, um editor de cada estado. Trata-se de veículos de notícias “tradicionais”, no qual, remetem grandes conquistas para cada estado nordestino. Através deles serão levantados dados sobre número de seguidores, temas de conteúdos, destaques importantes, curiosidades entre outros.

Para esse levantamento será adotada a pesquisa exploratória, ancorada no mapeamento descritivo. Para atingir os objetivos propostos, este estudo prevê ainda entrevistas semiabertas e fechadas (DUARTE, 2005) para entender melhor os processos produtivos, tendo como recorte editores de conteúdo de moda em revistas/sites/blogs de moda de referência. As entrevistas serão realizadas pela plataforma Google Meet (ao vivo) e/ou pelo aplicativo WhatsApp. O roteiro das entrevistas foi produzido e pensado a partir das leituras, durante as reuniões do Grupo de Pesquisa ao qual o plano está vinculado e, tentou responder às seguintes questões da pesquisa:

- 1) Quais são as particularidades de ser editor de moda com relação a outras editorias na sua avaliação?
- 2) Como o portal aborda a questão da inclusão e diversidade na moda em termos de representatividade em editoriais, capas e matérias?
- 3) As revistas estão mais inclusivas de fato na sua opinião? Quais são as iniciativas específicas que a sua editora tem implementado para promover a inclusão de modelos de diferentes origens étnicas, tamanhos e idades nas páginas da revista?
- 4) Quais são os critérios e diretrizes adotados pelo portal ao selecionar modelos, estilistas e colaboradores para garantir uma abordagem inclusiva?
- 5) Quais inclusões são mais difíceis de serem feitas no dia a dia do editor de moda?
- 6) Qual a maior dificuldade de produzir ou pautar uma matéria mais inclusiva no mundo da moda? São fontes, são aprovação, são espaço?
- 7) Como o portal lida com críticas construtivas relacionadas à falta de diversidade em suas publicações e como busca aprimorar constantemente suas abordagens?
- 8) Com o surgimento de novas tecnologias, como realidade aumentada e inteligência artificial, como sua revista está incorporando essas inovações em sua abordagem editorial?
- 9) Com a popularização das plataformas de mídia social (Instagram, Tik Tok), como o portal está aproveitando essas ferramentas para se envolver com sua audiência e promover conteúdo de moda de maneiras inovadoras?

As análises vão estar estruturadas a partir dos preceitos da Análise de conteúdo de Birdin

(1994, p. 18) para quem essa é “[...] uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

VEÍCULOS DE ESTUDO

UF	Demodê
MA	
PI	Jornal Piauiense
BA	Revista Trinca
PB	Jornal da Paraíba
PE	Revista O Grito
SE	Jornal do dia
AL	Jornal Extra
CE	O Povo
RN	Portal TN - Tribuna do Norte

CONCLUSÕES PRELIMINARES

Trata-se de um estudo que está em andamento e busca compreender como o conteúdo jornalístico de moda é produzido na contemporaneidade, investigando as práticas e rotinas dos jornalistas que atuam como editores nesse nicho específico (moda), pois busca compreender a dinâmica da indústria e seu impacto na sociedade. Além disso, Editores de conteúdo de moda: rotinas contemporânea, resultará em reflexões valiosas, pois esses insights de conteúdos não são facilmente encontrados de forma sistemática, o que torna essa pesquisa uma oportunidade significativa para compreender e confrontar esses pontos de vista com as visões dos autores e profissionais que analisam/trabalham

com jornalismo na atualidade.

As entrevistas tiveram início no mês de abril, do ano de 2024 e tem como objetivo serem concluídas até o dia 15 de maio. Será entrevistado um editor de cada estado da região Nordeste, totalizando nove entrevistados. O foco das perguntas será nas práticas diárias desses editores. O que será de suma importância para as conclusões deste estudo.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2011.

DUARTE, J. (2005). Entrevista em profundidade. Em Duarte, J, Barros, A(org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação (pp. 62-64). São Paulo: Atlas.

FELICIANO, Hector; FOGEL, Jean François; et al. El papel **del editor en una sala de redacción que cambia**: pistas para abordar un futuro incierto. 2007

JOFFILY, Ruth. **Jornalismo e produção de moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991

NATANSOHN, Graciela. CUNHA, Rodrigo. O Jornalismo de revista no cenário da mobilidade. In: NATANSOHN, Graciela. Jornalismo de revista em redes digitais. Salvador, EDUFBA, 2013.

NATANSOHN, Graciela. Jornalismo de revista em redes digitais. UFBA, 2013.

NATANSOHN, Graciela.; CUNHA, Rodrigo.; BARROS, Samuel.; SILVA, Tarcízio. Revistas online: do papel às telinhas. Lumina, [S. l.], v. 4, n. 1, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20936>. Acesso em: 18 jul. 2022.

TORREJÓN, Ana. La Moda en los Medios: “La moda es un buen pasaporte para la tolerancia”. Entrevista da diretora editorial da Elle argentina concedida a Olga Corna. Designis 1, 2005.