

Projetos Alunos

12/11/2011

SHA - CÂMARA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, HUMANAS, LETRAS E ARTES (ORAL)

NOME: IANA LOUISE LOPES LAMEGO DE OLIVEIRA

TÍTULO: OS BLOGS COMO AGENTES DE MEDIAÇÃO SOCIAL E DISSEMINAÇÃO DE NOVOS COMPORTAMENTOS NA SOCIEDADE EM REDE

AUTORES: IANA LOUISE LOPES LAMEGO DE OLIVEIRA

ORIENTADOR: Rita Aparecida da Conceição Ribeiro

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): CNPQ

PALAVRA CHAVE: blogs de moda; comportamento; consumo

RESUMO

Uma rápida pesquisa no Google nos apresenta cerca de 5 milhões de blogs que versam sobre moda. Nesse início do século XXI a moda já há muito abandonou seu status de assunto supérfluo e faz parte das discussões acadêmicas. De acordo com Pires (2010), no Brasil "em 2007 havia 40 cursos denominados Design de Moda. Em 2010 esse número duplicou". Considerando os que ainda se denominam Moda e Estilismo, o número de cursos em todo o país, ainda de acordo com Pires, chega a 150. Nossa perspectiva de análise buscou entender como o cidadão comum lida com a moda, cria e interfere nas tendências. A partir da análise de blogs voltados para o setor, pretendemos criar um vínculo entre a moda dos grandes estilistas apresentada nos sites e a moda do cidadão comum, difundida pelos blogs.

Para nosso trabalho foram escolhidos blogs nacionais e internacionais, que reúnem personalidades da mídia e do mundo da moda. São eles: Kristen Stewart Fashion, Fashion Gazette, Garotas Estúpidas, (F)utilidades, Fashionismo, Louboutin Girl, Modices, Petiscos

por Julia Petit, About Fashion. Concluímos que os blogs não criam novos hábitos de consumo, mas são os grandes disseminadores de tendências. Outra conclusão é que os leitores influenciam os conteúdos dos blogs e isso acontece geralmente através do envio

de sugestões de assuntos a serem abordados nas postagens dos blogueiros. Portanto uma nova forma de comunicação, mais rápida e pessoal se estabelece por meio deles.