

EL LIDERAZGO EN LAS REVISTAS ESPECIALIZADAS EN MODA

Estudio de casos: *Telva*, *Vogue*, *Harper's Bazaar* y *Elle* (abril de 2017)



TRABAJO FIN DE GRADO | AUTORAS: M^a BEATRIZ MOLINA CHACÓN; MACARENA ROA ALJAMA | TUTORA: CONCHA PÉREZ CURIEL | 4º PERIODISMO 2016/2017

Las revistas especializadas en moda terminan por determinar *qué* es moda para la sociedad. Tal llega a ser su poder e influencia, que se exige que al frente de estas publicaciones se encuentre un perfil experto en la materia. Desde su aparición, al frente de la inmensa mayoría de estas cabeceras, estarán las mujeres.

HIPÓTESIS

- La dirección de una publicación especializada en moda debe ser conducida por un perfil vinculado al sector de la moda.
- En las principales revistas especializadas en moda del panorama nacional son mujeres las que lideran las publicaciones.
- Las principales fuentes de las revistas especializadas en moda son periodistas especializados/expertos en moda.

OBJETIVOS

- Investigar el empoderamiento de la mujer gracias a su visibilidad en el sector de la moda.
- Estudiar el cambio de la prensa femenina a la revista especializada en moda actual.
- Analizar las fuentes como perfil especializado y experto en moda.
- Conocer los formatos actuales de las revistas *Elle*, *Vogue*, *Telva* y *Harper's Bazaar* en las etapas de dirección de mujeres periodistas.

METODOLOGÍA

- Elección del Análisis de Contenido como método de estudio principal.
- Uso de fuentes como libros, artículos especializados en la materia, o visionado de un documental.
- La muestra se basa en el análisis de las revistas *Telva*, *Vogue*, *Harper's Bazaar* y *Elle* en abril de 2017.
- Realización de tablas, ficha técnica y gráficas de acuerdo al método de estudio elegido.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Género de la Dirección de la Revista



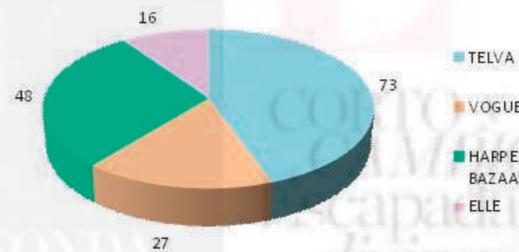
Perfil de la Dirección de la Revista



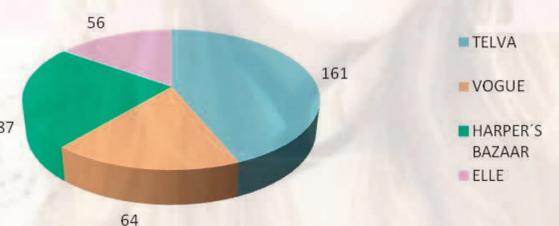
Fuentes Documentales



Fuentes Personales



Citas



CONCLUSIONES:

- El papel de la mujer en el mundo de la moda es innegable.
- Las mujeres ocupan puestos de prestigio en las grandes empresas comunicativas del sector, hasta el punto de conseguir influenciar en las nuevas tendencias.
- Estas mujeres deben contar con formación especializada para dotar a los contenidos de credibilidad y validez.
- De acuerdo al estudio de las fuentes y el lenguaje empleado, se demuestra la existencia de tecnicismos y especialización.
- La figura del periodista experto en moda es necesaria para realizar contenidos de interés y de calidad.
- El mundo de la moda es mucho más complejo de lo que pueda parecer a simple vista.