

## FÁBRICA DE SONHOS: COMO O JORNALISMO CONSTRÓI A MODA NO IMAGINÁRIO COLETIVO

FRANCISCHETT, Leandra

Acadêmica do Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa - PR

PORTUGAL, Priscilla Schramm (Co-Autor)

Acadêmica do Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa - PR

BRANCO, Irvana Chemin (Orientador)

A relação entre jornalismo e moda é intrínseca: ambos influenciam os comportamentos e intermediam as relações sociais. Assim, é possível se falar em um jornalismo especializado em moda, embora pouco representativo no Brasil. Este projeto visa criar uma revista - como forma de experimentação jornalística - que apresente, sobretudo, um enfoque comportamental em suas matérias, bem como uma contextualização histórica e cultural da moda, priorizando a produção paranaense, com periodicidade mensal. O público-alvo é, preferencialmente, mulheres com a faixa etária entre 20 e 50 anos. Isso não exclui outras faixas etárias nem o sexo masculino. Para auxiliar no desenvolvimento do presente trabalho, observou-se as revistas Vogue Brasil e Elle Brasil, já que são de circulação nacional. Optou-se pelas edições de janeiro, fevereiro e março de 2001, período de início do projeto, para verificar se constituem produção jornalística. Os procedimentos metodológicos seguidos foram: entrevistas com profissionais da área; pesquisa bibliográfica e observação empírica da revista Vogue, que se intitula de moda. Nesse estudo não houve preocupação com a ideologia presente nos textos e não requereu uma interpretação dos mesmos, visava compreender a estrutura e disposição das matérias. A análise de Vogue foi priorizada pelo fato de Elle se apresentar como revista feminina e não especializada em moda. Elle também foi consultada, não de forma comparativa, mas sim para confirmar ou negar tendências percebidas na análise de Vogue. Constatou-se que poucas matérias constituem jornalismo informativo com presença de fontes, enfoque comportamental, contextualização histórica e social. A revista, como um todo, valoriza as imagens, tanto que dispensa um espaço proporcionalmente grande aos ensaios fotográficos com relação às matérias. A moda tem destaque na revista, que procura adequá-la em muitos textos, variando a angulação e tratamento dispensados ao assunto. Com abordagem atual, a revista prima por apresentar ao leitor o que há de novo no mercado: seja da moda, seja de livros, discos ou filmes. Percebe-se, nas revistas analisadas, a prioridade pelas imagens. O veículo proposto abordará as tendências da moda, mas explorando seu aspecto jornalístico e situando o fenômeno. É a sugestão de um novo espaço para se discutir o assunto de forma abrangente, levando informações contextualizadas ao leitor.