



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**GINA DA ROCHA REIS**

**Varal da Moda: revista eletrônica**

<http://www.itapoanonline.com/main/varaldamoda/>

**Salvador, junho de 2008.**

## **VARAL DA MODA: REVISTA ELETRÔNICA**

Trabalho de conclusão de curso desenvolvido sob a orientação do Prof. Dr. Maurício Tavares, exigido como pré-requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal da Bahia.

Aluna: Gina da Rocha Reis

Semestre: 2008.1

**Salvador, junho de 2008.**

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço a Deus, Nossa Senhora da Fátima e meu Anjo da Guarda. Minha gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Agradeço, em especial, a Fabíola Freire, Lorena Novas, Marcos Zurck, Leonardo e Naiara Costa, Marlla Farias e Raven Littleriver – equipe fundamental para a conclusão desse projeto. Minha gratidão, mais uma vez, ao professor Maurício Tavares e aos colegas e amigos. Um reconhecimento especial à minha mãe e familiares pela força, pelo carinho e compreensão. Ao meu marido Jorge, agradeço sempre seu amor, companheirismo e paciência.*

## RESUMO

Este trabalho é a memória descritiva do *site* Varal da Moda: revista eletrônica, e faz parte do projeto experimental de conclusão do curso de Graduação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Trata-se da criação de uma revista eletrônica de moda que tem como objetivo informar o que acontece no mercado local desse segmento, além de servir como um canal informativo sobre o trabalho desenvolvido pelos criadores regionais.

**Palavras-chave:** moda baiana, jornalismo, revista, *web site*.

## ABSTRACT

This paper describes the creation of an electronic *fashion* magazine, Varal da Moda. The Web site's main target audience is regional designers, and is intended to keep this group continuously informed in what is happening in this segment of the retail market. This paper was composed as part of the final project for the completion of a Bachelor's degree in Journalism, issued by the Faculty of Communication of the Federal University of Bahia.

**Keywords:** Bahia's *fashion*, journalism, magazine, web site.

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	7
MODA DA BAHIA – UM BREVE RELATO .....	10
JUSTIFICATIVA DO MEIO .....	<a href="#">15</a>
PROCEDIMENTOS .....	<a href="#">17</a>
ETAPAS DO PROJETO .....	<a href="#">17</a>
CONCLUSÃO .....	<a href="#">24</a>
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	<a href="#">25</a>

Exclu

Exclu

Exclu

Exclu

Exclu

## APRESENTAÇÃO

A idéia de criar uma revista de moda surgiu durante a graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, na Faculdade de Comunicação da UFBA, no período em que cursava a disciplina Elaboração de Projetos em Comunicação - ministrada pela professora Maria Carmem Jacob. Inicialmente, minha intenção era fazer uma versão impressa, entretanto o projeto foi inviabilizado e modificado na disciplina Desenvolvimento Orientado de Projetos, com a professora Linda Rubim, devido aos altos custos para colocá-lo em prática.

Diante desse entrave, decidi elaborar, sob a orientação do professor Maurício Tavares, uma monografia como Trabalho Final da graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, cujo objeto de estudo seriam a moda baiana e seus criadores.

O meu interesse pela moda surgiu um pouco antes, durante os três anos e meio que trabalhei como vendedora da Arezzo, loja conceituada de sapatos que lança tendências de moda no Brasil. A presença em palestras e cursos oferecidos pela empresa, com o objetivo de diferenciar estilos e comportamentos do seu público consumidor através de amostras de desfiles e *show rooms*, despertou a minha curiosidade pelo tema. Dessa forma, resolvi conciliar o prazer em aprofundar meus conhecimentos e vivenciar um trabalho de caráter acadêmico.

Paralelo ao interesse pessoal, percebi que a moda da Bahia vive um momento de expansão. Esse crescimento tem influenciado a vida econômica, política e sócio-cultural da cidade, revelando novos criadores e impulsionando o resgate da história e, principalmente, valorizando os novos criativos locais. Por ser um dos maiores pólos produtores e

disseminadores de cultura do país, a capital se torna, assim, um ambiente favorável ao crescimento dessa atividade e, cada dia mais, desperta o interesse dos próprios baianos.

Considerada uma das mais importantes atividades econômicas do país, a moda cresce alavancada principalmente pelo consumo, pelos investimentos, pela qualificação dos agentes envolvidos e, sobretudo, pelo potencial criativo. Hoje, o Brasil serve de referência para países considerados “berço” do *fashion design*. O país deixou de ser um importador de tendências para ser um exportador de conceitos que associam tecnologia e manufatura sem perder a identidade.

À proporção que aumentava meu aprendizado sobre o mercado, notei o quanto era necessário um maior estudo sobre a atividade. Foi quando decidi, junto ao meu orientador Maurício Tavares, focar a pesquisa nos *designers*. A partir da análise de depoimentos de personagens do campo do vestuário da Bahia, tive conhecimento das possibilidades que os estilistas locais possuem de sobreviver desempenhando a função de criador de moda. A pesquisa de campo foi realizada com profissionais já reconhecidos que atuam na área, como produtores, jornalistas e, principalmente, estilistas.

Após a finalização do TCC, ingressei na habilitação de Jornalismo, uma vez que descobri, ainda cursando a primeira graduação, minha afinidade com a profissão. Foi, então, que passei a me dedicar à atividade participando de cursos específicos, como o de Jornalismo de Moda, promovido, naquela época, pela FTC – Faculdade de Tecnologia e Ciência. Como estagiária do iBahia.com (Portal da Globo.com), produzi matérias relacionadas ao tema “moda” e fiz a cobertura de eventos *fashions* da cidade, entre eles o Barra Fashion, realizado anualmente pelo Shopping Barra, e a Semana Iguatemi de Moda, promovida pelo Shopping Iguatemi.

No mesmo período, realizei trabalhos *free lancers* para algumas publicações que exigiram meus conhecimentos em jornalismo de moda. Entretanto, foi cursando a disciplina Oficina de Jornalismo Digital, para o curso de Jornalismo, que descobri uma ferramenta acessível que tornaria viável meu antigo projeto: uma revista de moda.

Na própria disciplina, ministrada pela professora Beatriz Ribas, aprendi um pouco mais sobre o universo digital. Como atividade obrigatória, criei e atualizei por cerca de seis meses o blog “Varal da Moda”, onde postava notícias sobre o mundo *fashion*. O blog serviu de exercício do “fazer jornalístico” e, sobretudo, estimulou ainda mais a concepção de elaborar uma revista utilizando a Internet como meio.

## **MODA DA BAHIA – UM BREVE RELATO**

Antes de traçar os procedimentos, é importante fazer um breve relato sobre a criação *fashion* local. A moda faz parte da produção cultural de um povo, da identidade de uma região ou de um país, servindo de vitrine onde representações são construídas e reconstruídas a todo instante. Segundo o dicionário Aurélio (Regis LTDA, 2004), moda é: o uso, estilo ou hábito geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, idéia, capricho, e das interinfluências do meio. É um fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social.

A importância da moda vem sendo reconhecida ao longo da história do homem. A moda como dinamizadora da cultura, da sociedade e principalmente da economia é impulsionada pelo consumismo dos grandes centros urbanos e desvincula-se gradativamente da idéia de frivolidade (Reis, 2005; página: 08).

Na capital baiana, esse sistema de moda, como já foi dito anteriormente, passa por um momento de desenvolvimento. Salvador, uma cidade com a peculiaridade de ser heterogênea, uma vez que abriga diferentes tribos e raças que se misturam, é uma excelente fonte de pesquisa na área. O Estado, inclusive, já possui tradição em alguns dos diversos segmentos da cadeia produtiva desse campo.

A Bahia foi, entre os séculos XIX e XX, um dos destaques da Indústria Têxtil do Brasil. Através de empreendedores como Luiz Tarquínio e Bernardo Catharino, o Estado viveu uma época de apogeu na produção têxtil. A fábrica de tecidos “Todos a Santos”, fundada em 1844 em Valença, foi pioneira nas iniciativas do ramo. Nessa época, a fábrica já empregava 90 moças e rapazes de todas as idades, dando-lhes abrigo e comida. Isso tudo num

momento em que não existiam leis trabalhistas e o país, principalmente a Bahia, ainda convivia com o trabalho escravo.

Entretanto, o segmento só começa a ganhar força a partir de 1970, quando a moda começa a marcar presença timidamente na sociedade baiana, uma vez que não se tinha conhecimento da existência de uma produção local. A moda no Estado acompanhava a evolução da moda no Brasil. O que era consumido na Bahia era procedente do que se fazia na Europa. O mercado de moda era constituído por camiseiros, alfaiates e por muitos costureiros, e as roupas eram feitas sob encomenda. As senhoras da sociedade baiana viajavam até a Europa, ou até o eixo Rio - São Paulo, de onde traziam moldes, e tecidos que eram confeccionados artesanalmente pelas “modistas”, como eram chamadas naquela época (Reis, 2005, página: 08).

O que existia na época era o monopólio das costureiras. A criação e a grande concorrência eram exatamente com as costureiras de nome que faziam roupas sob medida, que naquela época era muito mais abrangente. O prêt-à-porter era uma coisa muito embrionária no Brasil, principalmente aqui na Bahia, que não existia (Mauricio Nonato *apud* Reis, 2005: página).

Foi na década de 70, época que a moda convivia com a grande multiplicidade, que surgiram as primeiras referências de uma criação *fashion* baiana. Nesse período, começaram a aparecer os primeiros nomes da moda na Bahia, principalmente na capital soteropolitana. O estilista Ney Galvão foi um dos pioneiros através de coleções com elementos característicos da Bahia (Reis, 2005, página: 10). Segundo Jacques Beauvoir, jornalista da Tribuna da Bahia, as criações de Ney eram inspiradas na religiosidade (candomblé) e nas cores do Estado.

O estilista Júlio César Habib foi lançado na mesma época. Ele trabalhava como figurinista, desenhando roupas para as mulheres da sociedade baiana. Filho de costureira, o

estilista Di Paula é mais um representante do segmento baiano. Começou em 1977, em Salvador, fazendo figurino para teatro e festa escondido da família. Seu nome como estilista começou a aparecer quando ele foi trabalhar na RAKAM, que nessa fase era uma loja conhecida que tinha filial na capital da Bahia.

Ney Galvão, Júlio César e Di Paula desenvolveram uma moda própria da década de 1970, e preservaram o mesmo formato de trabalho nas décadas seguintes. Para a produtora Tininha Viana, esses profissionais foram de uma época diferente. Eles, segundo Viana, eram costureiros intuitivos e com uma formação autodidata. Geralmente, começavam desenhando para as grandes lojas de tecido, como a RAKAM, numa fase em que ainda se fazia roupas por encomenda com esses costureiros (Reis, 2005, página: 13).

A partir da década de 90, após um período sem expoentes de uma criação *fashion* da Bahia, iniciou-se um novo tempo no sistema da indumentária local. Nos últimos anos, os grandes shoppings da cidade criaram eventos próprios com a finalidade de dar visibilidade à produção dos talentos do Estado, incentivando o crescimento e o fortalecimento do campo da moda. Para Beauvoir, a moda baiana passou por um período de estagnação. Porém, a atividade agora está ressurgindo impulsionada pelos criadores e pelos investimentos na área.

Atualmente, o Barra Fashion Bahia e a SIM – Semana Iguatemi de Moda, realizados pelo menos uma vez ao ano, já fazem parte do calendário de eventos soteropolitano. O Barra Fashion Bahia, por exemplo, que está na sua 12ª Edição, reserva um dia na sua programação para os novos talentos mostrarem suas criações e divulgarem seu trabalho. Foi no Barra Fashion Bahia que estilistas como a dupla Soudam&Kaveski, que recentemente se separaram para assumir carreiras independentes, e Márcia Ganem foram revelados. Iniciativas como estas são fundamentais à consolidação de uma cultura de moda na Bahia.

O Estado também possui um elevado potencial de desenvolvimento na indústria têxtil por sua riqueza de matéria-prima, grande disponibilidade de mão-de-obra e alguns incentivos do Governo. Entretanto, é necessário que o Governo desenvolva estratégias que possam proporcionar um crescimento sustentável ao campo.

Márcia Ganem acredita que “o Governo ainda não olhou para o setor de moda como fator importantíssimo da economia” (*apud* Reis, 2005, página: 45). A capacidade de geração de empregos diretos e indiretos e de movimentação de capital é muito grande no campo da indumentária. O setor *fashion* está sendo explorado no mundo todo e cabe ao Estado percebê-lo como uma estratégia de desenvolvimento, estimulando a atividade na região (Reis, 2005, página: 45).

Os avanços no setor foram impulsionados também pelo surgimento de cursos profissionalizantes com o objetivo de formar e qualificar os agentes da área. A Universidade Salvador – UNIFACS - oferece o mais tradicional curso seqüencial de nível superior de “Design e Gestão em Moda” e a Faculdade da Cidade do Salvador disponibiliza o curso de “Design de Moda”, além dos cursos técnicos oferecidos pelo SENAC, como o de “Estilismo” e “Planejamento e Desenvolvimento de Coleção de Moda”.

Por conta dessa expansão e projeção que o mercado *fashion* local vem conquistando, compreendi o quanto é necessário investir em veículos que funcionem como vitrine para a moda produzida na Bahia e suas influências. Após estudo realizado por mim através da Monografia “Estilistas e Mercado - Há possibilidade de ser criativo e sobreviver de moda na Bahia?”, para a conclusão da graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, na Faculdade de Comunicação da UFBA, eu observei o quanto o Estado é carente de publicações especializadas em moda, sejam elas digitais ou impressas. A

partir da revista eletrônica, pretendo abrir um espaço para a divulgação das criações, dos negócios, das tendências e dos comportamentos gerados na Bahia.

|

## JUSTIFICATIVA DO MEIO

Desde a sua criação, há mais de 40 anos, a Internet vem proporcionando uma maior comunicação com o mundo. A rede de computadores interliga pessoas e possibilita a troca virtual de informações a partir do contato com universidades, centros de pesquisas, instituições e pessoas. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) – entre elas, a própria Internet, os PCs domésticos e o correio eletrônico (*e-mail*) - permitem uma maior integração por meio dessa “sociedade da informação”. A todo instante, novas redes de relacionamento e fóruns de discussões se formam, diminuindo cada vez mais as distâncias.

Além do seu poder difusor, uma vez que o alcance é mundial, a Internet se caracteriza por ser um veículo de fácil acesso e que não requer elevados custos para a produção, atualização e disseminação do conteúdo. É possível alimentar uma página eletrônica a partir de um computador caseiro com acesso à rede e ter algum conhecimento em HTML (HyperText Markup Language), a linguagem padrão para páginas de documentos *Web*.

Essa questão é trazida, inclusive, pelo professor André Lemos, caracterizando-a como uma das leis “fundadoras” da Cibercultura: a liberação do pólo de emissão (qualquer um pode trabalhar em códigos e programas). A relação de emissão, que anteriormente acontecia de um para todos, passa a acontecer de todos para todos.

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo com o excesso e a circulação virótica da informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*. Aqui a máxima é “tem de tudo na Internet”, “pode tudo na Internet” (Lemos, 2005, página: 02)

Para o jornalismo, então, a inserção da Internet no dia-a-dia mudou totalmente a rotina das redações, agências de notícias e assessorias de comunicação. A nova tecnologia auxilia esses profissionais, facilitando o acesso às fontes e à informação. Mas, por outro lado, exige do jornalista uma maior consciência crítica e seletiva. É necessário se aproximar do universo multimídia oferecido pela rede e, especialmente, ter uma grande vocação para lidar com a informação.

Tudo isso só torna o experimento desse projeto ainda mais relevante e, sem dúvida, todos esses fatores foram decisivos para a criação de um *site* como ferramenta que se utiliza da Internet como suporte para a difusão do conteúdo da revista “Varal da Moda”.

## **PROCEDIMENTOS**

### **ETAPAS DO PROJETO**

Estabeleci um roteiro de trabalho para a elaboração do *site* “Varal da Moda: revista eletrônica” composto pelas seguintes etapas:

#### **A) Pesquisa**

As primeiras leituras sobre o tema “moda” foram feitas na graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, na Faculdade de Comunicação da UFBA, nas disciplinas de Elaboração de Projetos em Comunicação, Desenvolvimento Orientado de Projeto e no processo de feitura da monografia para a conclusão do curso em 2005.1.

Autores como Gilles Lipovetsky (1989), Marshal McLuhan (1964), Michel Mafessoli (1987 e 1996) e Ted Polhemus (1994) mostraram para mim um novo conceito de moda, longe do estereótipo já ultrapassado de futilidade. A imersão em autores e estudiosos nacionais também foi fundamental para o maior entendimento do setor no país. Nomes como Dario Caldas (2004), Marta Feghali e Daniela Dwyer (2001), Glória Kalil (1997), Érika Palomino (1999 e 2003), Renata Pitombo (1997) e Sérgio Vilas Boas (1996) foram fontes de aprendizado para a execução desse projeto de conclusão de curso.

Além disso, foram realizadas pesquisas na Internet a fim de conhecer o perfil dos sites de moda, suas ferramentas e funcionalidade. A rede também serviu de fonte para a elaboração dos textos jornalísticos.

A partir da pesquisa, um esqueleto foi montado traçando as seções do endereço eletrônico, assim como foi determinado o perfil da primeira edição da “Varal da Moda”.

Como a revista tem como principal suporte a monografia de conclusão na habilitação de Produção em Comunicação e Cultura, pela Faculdade de Comunicação da UFBA, a primeira publicação virtual se propõe a apresentar os principais agentes da moda baiana, um pouco da história da produção local, além de notícias sobre o mercado *fashion*. As seções estão disponibilizadas abaixo:

**a) Esqueleto “Varal da Moda”: revista eletrônica:**

**1 – Editorial**

**2 – Colaboradores**

**3 – Novidades e amenidades:**

- Tendências, por Gabriela Tanuri (Coluna)
- Direto de *London*, por Dani Sotelino (Coluna)
- Beleza - Sustentabilidade
- Acessórios – Ping Pong com Irá Salles

**4 – Moda, simplesmente moda!**

- Editorial – “Luciana Galeão – Um passeio por suas cores e formas”
- Matéria – “Criatividade + Visão Empreendedora = Sucesso”
- Entrevista – Consultora, professora e coordenadora e co-autora do projeto Novos Talentos, Tininha Viana
- Matéria Negócios – “Butique é chique”
- Editorial Moda de Rua – “Isto é Salvador!”
- *News*

## **5 – O que é que a Bahia tem?**

- História da Moda Baiana
- Criadores – Representantes da Moda da Bahia
- Perfil – Márcia Ganem

## **6 – Para ler, ver e sentir**

- Para ler – Dicas de livros
- Para ver – Cinema, por Lorena Novas
- Para sentir – “Moda em museu”

## **7 – Fale Conosco**

### **B) Produção**

Para elaborar a página eletrônica, convidei o *web designer* Marcos Zurck, graduado pelas Faculdades Jorge Amado, em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e cuja experiência com o desenvolvimento de *sites* pode ser visto no Portal da TV Itapoan (filial da TV Record na Bahia), além dos trabalhos feitos para a Rede Bahia (iBahia.com). O esqueleto para o projeto gráfico foi elaborado por mim e enviado ao responsável pela criação do *layout*. Além disso, tracei para o *web designer* as características essenciais para o endereço eletrônico: funcionalidade, fácil navegação e um visual limpo, sem grandes interferências de cores e texturas.

Os textos seguiram também essas orientações. Foi priorizada uma linguagem simples e objetiva, própria para o meio. Em contrapartida, todas as seções foram inspiradas nas versões

impressas das publicações de moda, incluindo, especialmente, os editoriais de moda. Para assinar as colunas da seção “Novidades e amenidades”, convidei duas jornalistas baianas, residentes em Londres, Daniele Sotelino e Gabriela Tanuri.

Daniele Sotelino é mestranda em Marketing na London College of Communication pela University of the Arts. Já Gabriela Tanuri é Mestre em Jornalismo Internacional pela University of Westminster, em Londres, além de ser editora chefe e gerente de conteúdo da revista Mc Magazine ([WWW.mcmag.co.uk](http://WWW.mcmag.co.uk)). A escolha dos temas abordados foi feita sob minha coordenação, assim como a seção “Cinema”, assinada pela jornalista Lorena Novas, uma conhecedora do tema por afinidade.

Em “Beleza”, optei por dar dicas de produtos que tenham em comum a preocupação com o meio ambiente, já que um dos assuntos mais em voga no momento é a preservação da biodiversidade e ecossistemas naturais do planeta a partir da sustentabilidade. O maior expoente no segmento de acessórios, Irá Salles, inaugura a seção, também intitulada “Acessórios”, com uma entrevista Ping Pong realizada no dia 12 de maio de 2008, além de apresentar uma pequena amostra do seu trabalho.

Desde o momento de criação do esqueleto do projeto, sabia da necessidade de um profissional especializado em fotografia de moda para a produção dos editoriais. Pensando nisso, procurei o professor José Mamede, coordenador do Labfoto - Laboratório de Foto da Faculdade de Comunicação da UFBA, para saber se poderia obter a ajuda do laboratório da própria faculdade. A solicitação foi aceita e apoiada por meu orientador Maurício Tavares.

Assim, para a execução dos editoriais “Luciana Galeão – Um passeio por suas cores e formas” e “ Isso é Salvador!”, contei com a expertise fotográfica, especialmente em moda, de Fabíola Freire, aluna do curso da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, na Faculdade de Comunicação da UFBA e membro do Labfoto - Laboratório de Foto da

Faculdade de Comunicação da UFBA. Participaram ainda da sessão de fotografia, realizada na Faculdade de Medicina da Bahia - FAMED, em 17 de maio de 2008, os fotógrafos Fabiane Oiticica e Wendell Silva, também integrantes do LabFoto – Laboratório de Foto da Faculdade de Comunicação da UFBA.

A escolha de Luciana Galeão para o primeiro editorial foi pautada, principalmente, pelo momento que essa baiana e criadora de moda vive. Atualmente, a estilista é reconhecida nacionalmente por suas criações, que mantêm conceito em sintonia com o uso. Além disso, ela acaba de lançar uma coletânea de estampas inspiradas em suas coleções para o segmento de decoração em Salvador. Para o editorial, foram cuidadosamente selecionadas peças de coleções diversas a fim de apresentar uma trajetória do trabalho da criadora. As roupas e acessórios foram cedidos pela *designer*.

Como locação, fiz uma homenagem à FAMED – Faculdade de Medicina da Bahia, primeira Escola Médico-cirúrgica do Brasil, que comemora em 2008 seu bicentenário. O prédio-sede, localizado no Terreiro de Jesus (Centro), serviu de cenário para a sessão fotográfica assinada por Fabíola Freire e coordenada por mim. Para a sessão, contei com o apoio ainda da jornalista e modelo Marlla Farias, de Maria Stela Gomes, Lucas Neri, Alaíde e Andréa Lima (cabeleireira e maquiadora, respectivamente do Obrigado Centro de Beleza).

Já o editorial “Isto é Salvador!” leva as assinaturas dos fotógrafos Aline Trenttin, Fabíola Freire, Gabriela Teixeira, Lis Nogueira e Wendell Silva, todos componentes do LabFoto – Laboratório de Foto da Faculdade de Comunicação da UFBA. Sob minha orientação, foram produzidas e selecionadas imagens que retratassem a moda característica dos baianos, sem os rótulos e as tendências. São imagens que traduzem o cotidiano, as cores, as formas e as paisagens que inspiram meus conterrâneos.

Após as sessões, iniciou-se o processo de seleção das imagens que aconteceu entre os dias 18 e 28 de maio. Todas as fotos foram escolhidas por mim e Fabíola Freire. Por último, as imagens foram tratadas pela fotógrafa e encaminhadas para o *web designer*, que recebeu minhas orientações para a exposição no endereço eletrônico.

Ainda na seção “Moda, simplesmente moda!”, publiquei entrevista realizada, em maio de 2008, com a consultora de moda, professora, coordenadora e co-autora do projeto Novos Talentos, executado pelo Shopping Barra, Tininha Viana, considerada uma das grandes conhecedoras da moda baiana. Na matéria “Criatividade + Visão Empreendedora = Sucesso” busco apresentar a relevância da visão empresarial para os novos criadores. Em “Butique é chique”, falo da febre das lojas de rua na capital baiana que une sofisticação e atendimento personalizado. O espaço “News” é o canal das novidades relacionadas à moda da Bahia, do Brasil e do mundo.

Já a seção “O que é que a Bahia tem?” pretende ser um local dedicado à história da produção *fashion* regional. É possível, através da sua navegação, conhecer um pouco da trajetória da moda local. Em “Criadores”, são apresentados alguns breves perfis de representantes do setor na região. Os critérios para a seleção foram: visibilidade e reconhecimento pelo seu trabalho. O “Perfil” foi dedicado a Márcia Ganem, artista, estilista e administradora com quem tive a oportunidade de conviver participando da produção do seu desfile para o 8º Barra Fashion Bahia, promovido em 2004.

Agreguei ao *site* a seção “Para ver, ler e sentir”. O espaço tem o objetivo de funcionar como um roteiro para o deleite, onde a moda surge direta e indiretamente em um filme, em livros ou numa interessante visita ao museu. Em “Cinema”, Lorena Novas mostra que as grandes produções cinematográficas também têm seus “modismos”. Já em “Arte” o assunto é o Museu do Traje e do Têxtil, que funciona no Instituto Feminino da Bahia, ainda pouco

conhecido pelos próprios soteropolitanos. “Para ler”, selecionei dois títulos interessantes de autores brasileiros que abordam o mercado *fashion*. O terceiro livro foi indicado pela estilista Valéria Kaveski, durante entrevista realizada em 07 de maio de 2008 para este trabalho de conclusão de curso.

Por último, foi disponibilizado aos internautas o canal “Fale conosco”, que tem o objetivo de ser um meio de interatividade entre os leitores que navegam pela página da *web* e eu, responsável e monitora do conteúdo veiculado no “Varal da Moda”: revista eletrônica.

Simultaneamente à produção dos textos, coleta de informações, entrevistas e realização das sessões fotográficas, acompanhei a edição e revisão dos textos realizadas por meu orientador, Maurício Tavares, e pela jornalista e colaboradora da revista eletrônica, Lorena Novas.

### **C) Memória**

A produção da memória descritiva e analítica exigiu leitura bibliográfica, levantamento de dados e disponibilidade de tempo. Apesar de ter sido uma etapa trabalhosa, o processo de elaboração foi enriquecedor. As anotações feitas durante o período de concepção da revista eletrônica foram de extrema importância para a realização da memória. Além disso, a pesquisa feita para a monografia durante a minha primeira graduação serviu de base para o seu processo de feitura. Recorrer aos textos e relembrar momentos importantes da pesquisa foram atitudes essenciais para o processo de formação da memória que compõe esse projeto de conclusão de curso em Jornalismo.

## CONCLUSÃO

A realização do projeto experimental do *site* “Varal da Moda”: revista eletrônica funcionou como um verdadeiro “termômetro” através do qual foi possível testar o aprendizado adquirido durante as minhas duas graduações pela Faculdade de Comunicação da UFBA - Produção em Comunicação e Cultura e Jornalismo.

É importante salientar o quanto o conhecimento prévio alcançado durante os anos cursando Produção Cultural foram importantes e, principalmente, complementares para a criação dessa revista eletrônica, um produto propriamente jornalístico. O espírito empreendedor exigido para o profissional que trabalha com projetos culturais funcionou em harmonia com a veia jornalística descoberta na Faculdade de Comunicação. Além disso, meu senso crítico foi apurado após a experiência de ter elaborado um projeto de caráter acadêmico (monografia) e, em seguida, vivenciado o prazer de ver meu antigo projeto se tornar real.

Todas as etapas do trabalho foram extremamente ricas e serviram para uma maior compreensão do que é o fazer jornalístico hoje. Mais do que simplesmente escrever o texto, ser jornalista é explorar diferentes ferramentas, como a Internet, ser um fomentador da cultura, como deve ser um profissional da cultura, e reconhecer a importância do trabalho em equipe.

Meu objetivo é que este não seja apenas um projeto experimental de conclusão de curso. Pretendo dar prosseguimento ao *site* “Varal da Moda”: revista eletrônica, realizando a manutenção das seções da revista com o incremento de novas informações periodicamente e também fazendo as devidas atualizações a fim de torná-lo mais abrangente. Para isso, minha estratégia é captar apoio de empresas e instituições interessadas no perfil do *site*. A partir das parcerias realizadas, pretendo tornar o projeto sólido e, especialmente, auto-sustentável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. Entrevista Narrativa. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2000, 2.ed.

BNDES. Anos 80. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro50anos/Livro\\_Anos\\_80.PDF](http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro50anos/Livro_Anos_80.PDF) >. Acesso em 04 jun. 2005.

BUARQUE de Holanda Ferreira, Aurélio. Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

CALDAS, Dario. Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

CASTILHO, Kathia e GARCIA, Carol (Org.). Moda Brasil: Fragmentos de Um Vestir Tropical. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.

DORFLES, Gillo. A Moda da Moda. Arte e Comunicação. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

FACULDADE DA CIDADE. Disponível em: <[http://portal.faculdedacidade.edu.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=15&Itemid=133](http://portal.faculdedacidade.edu.br/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=133) >. Acesso em 2 jun. 2008.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <<http://www.faculdedacidade.edu.br/graduacao-design-moda.asp> >. Acesso em 8 jun. 2005.

FAMED – FACULDADE DE MEDICINA DA BAHIA. Disponível em: <<http://www.medicina.ufba.br/> >. Acesso em 1 jun. 2008.

FARIAS, Berna. Roupas de baiano ainda vem de fora: Oitenta por cento do vestuário consumido na Bahia vem de outros Estados ou países. Mas o setor começa a reagir. Jornal A Tarde, Salvador, p.29, domingo, 12/06/2005.

FEGHALI e DWYER. As Engrenagens da Moda – Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2001.

FIEB (Federação das Indústrias e Comércio – Guia Industrial do Estado da Bahia) em 29 abril de 2005.

FREIRE, Gilberto. Modos de Homens e Modas de Mulher. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 1987.

HOUAISS, VILLAR e FRANCO. Mini Houaiss: Dicionário da Língua Portuguesa – Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.

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

KALIL, Glória. Chic: Um Guia Básico de Moda e Estilo. 8 ed. São Paulo: Editora Senac – São Paulo, 1997.

LAVIER, James. A Roupas e A Moda: Uma História Concisa. Trad. Glória Maria de Carvalho. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

LEMOIS, André. Ciber – Cultura – Remix. in, Seminário “Sentidos e Processos”. No prelo, São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lúcia Machado- São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LURIE, Alison. A Linguagem das Roupas. Tradução por Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MAFFESOLI, Michel. O Tempo das Tribos. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1987.

\_\_\_\_\_. No Fundo das Aparências. Trad. Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Corpo. São Paulo: Cultrix, 1964.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. Disponível em: <  
<http://www.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/artecult/moda/apresent/apresent.htm> >.

Acesso em 08 jun. 2005.

MODACULT; Surgimento da moda.< [www.modacult.com.br](http://www.modacult.com.br) >. Acesso em: julho de 2003.

PALOMINO, Érika. A Moda. São Paulo: Publifolha, 2003.

\_\_\_\_\_. Babado Forte: Moda, música e noite na virada do século 21. São Paulo: Mandarin, 1999.

PITOMBO, Renata. A Sagração da Aparência: Moda e Imprensa. Salvador, 1997. 235p. Dissertação de Mestrado (Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Câmara de Ensino de Pós Graduação e Pesquisa da Universidade Federal da Bahia.

POLHEMUS, Ted. Streetstyle: From sidewalk to catwalk. Thames and Hudson. London, 1994.

REIS, Gina. Estilistas e Mercado: Há possibilidade de ser criativo e sobreviver de moda na Bahia? Salvador, 2005. 180f. Monografia de Graduação (Comunicação – Produção Cultural) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

REVISTA CULT, n°82, julho/2004; Dossiê Cult – O Sistema da Moda; Ed.Bregantini.

SCALZO, MARÍLIA. Jornalismo de Revista – São Paulo: Contexto, 2006. (Coleção Comunicação).

SOUZA, Gilda de Mello e. O Espírito das Roupas: A moda no séc. XIX. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

STELLING, Webber. Indústria Têxtil na Bahia – O apogeu no século XIX e tendências atuais. Desenhahia.

UNIVERSIDADE SALVADOR. Disponível em: <  
<http://www.unifacs.br/main/ensino/graduacaotec/cursos.aspx?s=GT618COO&p=GT618> >.

Acesso em 2 jun. 2008.

VICENT, Ricard Françoise. As Espirais da Moda. Tradução por Maria Inês Rolim. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

VILLAS BOAS, Sérgio. O Estilo Magazine. O Texto em Revista. São Paulo: Summus, 1996.

V.V.A.A. Psicologia do Vestir. Trad. José Colaço. Lisboa, Portugal: Assíria e Alvim, 1989.

WILSON, Elisabeth. Enfeitada de Sonhos – Moda e Modernidade. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

