



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

LARISSA CAMPOS DE MELO

REVISTA YEARLY:
UMA RETROSPECTIVA FASHION DE 2023

GOIÂNIA

2023



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

REVISTA YEARLY:
UMA RETROSPECTIVA FASHION ANUAL, EDIÇÃO DE 2023

Produto apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo à Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob orientação da professora Mestre Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça

GOIÂNIA
2023

LARISSA CAMPOS DE MELO

REVISTA YEARLY:
UMA RETROSPECTIVA FASHION ANUAL, EDIÇÃO DE 2023

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, orientado pela Profª Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça.

Goiânia, ____ de _____ de 2023.

COMISSÃO JULGADORA:

Profª Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça
(Presidente da Banca)

Profª Msc. Maria Carolina Giliolli Goos
(Avaliadora)

Profa Msc. Bernadete Coelho
(Avaliadora)
GOIÂNIA
2023

RESUMO

O presente trabalho é uma revista digital com objetivo de informar e refletir sobre moda de forma ampla. Nesse sentido, engloba desde a moda que sai das passarelas até a moda capaz de transcender o uso diário e ser apreciada de forma artística. Para isso, foram cumpridas todas as etapas de produção jornalística: apuração, seleção de dados, redação, edição e revisão, bem como o planejamento e criação do site. A revista "YEARLY: retrospectiva fashion" aborda temáticas do ano de 2023 e possui 13 matérias, entre essas, quatro artigos, quatro colunas, duas crônicas, duas reportagens e uma entrevista. O material foi produzido em duas línguas, português e inglês.

PALAVRAS-CHAVE: revista digital; moda; retrospectiva.

ABSTRACT

The present work is a digital magazine aimed at informing and reflecting on fashion in a comprehensive manner. In this sense, it encompasses fashion ranging from the runway to styles capable of transcending daily use and being appreciated as art. To achieve this, all stages of journalistic production were undertaken, including research, data selection, writing, editing, and revision, as well as the planning and creation of the website. The magazine "YEARLY: fashion retrospective" addresses themes from the year 2023 and comprises 13 articles, including four essays, four columns, two chronicles, two reports, and one interview. The material was produced in two languages, Portuguese and English.

KEYWORDS: digital magazine; fashion; retrospective.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

2 JORNALISMO DE REVISTA

2.1 HISTÓRIA E CONCEITO

2.2 CARACTERÍSTICAS

2.3 GÊNEROS NA REVISTA

2.4 PÚBLICO

2.5 REVISTAS DIGITAIS

3 REVISTA YEARLY: retrospectiva fashion

3.1 OBJETIVO E TEMA

3.2 PÚBLICO-ALVO

3.3 DESIGN, NOME E MARCA

3.4 PROJETO EDITORIAL

3.5 DIVULGAÇÃO

3.6 MEMORIAL

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5 REFERÊNCIAS

6 APÊNDICE A - PAUTAS

7 APÊNDICE B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO NO RAG

1 INTRODUÇÃO

Sempre me interessei por diferentes formas de expressões artísticas e, dentre essas, a moda é a que mais me encanta. As roupas são uma forma de expressão única, pois revelam a personalidade de cada indivíduo. Seja por meio do uso de roupas diferentes que chamam atenção para expressar personalidades diversas ou pelo uso de roupas comuns, padronizadas, que também expressam uma escolha.

No mundo da moda - especialmente nos desfiles - isso pode ser ainda mais explorado. A moda pode expressar protestos políticos, homenagens, pontos de vista, paixão e muito mais. Essa arte, quando apresentada como espetáculos em um nicho diferente e menos acessível intelectualmente ou popularmente, é capaz de emocionar e deslumbrar os espectadores e futuros consumidores, mesmo que nem sempre seja destinada ao consumo, podendo ser uma arte observada à parte.

Neste sentido, o objetivo do presente trabalho é informar e refletir sobre moda de forma ampla, avaliando desde a moda ready-to-wear, que sai das passarelas e é criada para ser usada naquela mesma temporada de tendências, até a moda capaz de transcender o uso diário e ser apreciada de forma artística. O enfoque será o ano de 2023.

O tema será trabalhado no formato de uma revista digital, um produto divertido, dinâmico e interessante, com o intuito de prender a atenção do leitor e o fazê-lo pensar sobre moda de uma forma diferente, considerando outras possibilidades sobre o nicho. As matérias produzidas estão em sintonia com a função social do jornalista, profissional que tem a responsabilidade de apresentar diversos tópicos à sociedade de forma compreensível.

O primeiro capítulo aborda a história do jornalismo de revista, a jornada desse produto e a forma como conquistou a sociedade e passou por mudanças, principalmente na perspectiva de Scalzo (2004). Também serão explicados conceitos e características da revista, a partir de Tavares (2013) e de Nathanson (2013). Marques de Melo (2009) baseia a discussão sobre gêneros jornalísticos.

No segundo capítulo, são abordadas as questões editoriais e estéticas da revista "YEARLY: retrospectiva fashion/ YEARLY: fashion retrospective" <https://yearlycontent.my.canva.site/>, como linha editorial, objetivo, público, design e multimídia. Como resultado, foram produzidas 13 matérias: quatro artigos, quatro colunas, duas crônicas, duas reportagens e uma entrevista. O material foi publicado em duas línguas, português e inglês, para atingir o público brasileiro que tem interesse relevante na moda e alcançar a linguagem universal, visto que a revista aborda o cenário mundial no nicho da moda.

2 JORNALISMO DE REVISTA

Neste capítulo são apresentadas a história e o conceito do Jornalismo de revista, que começou a se delinear em 1663 e até hoje sofre mudanças, especialmente após o desenvolvimento das mídias digitais. As principais referências utilizadas são Schwaab (2013), Scalzo (2004) e Natansohn (2013).

2.1 HISTÓRIA E CONCEITO

Schwaab (2013) explica que revista é um produto jornalístico publicado de maneira periódica, com conteúdo segmentado para um nicho de interesse, sendo mais abrangente ou mais específico, dependendo do projeto editorial e do público-alvo. A proximidade com o leitor é outra característica marcante das revistas, tanto em razão do tema quanto em relação à linguagem, pois trabalha mais a informalidade e a interatividade, apesar de ser escrita previamente.

O autor supracitado entende que publicações seriadas, feitas por partes ou progressivamente de acordo com um período cronológico, sob um título comum, são definidas como revistas. Edições regulares, com intenção de continuidade infinita, formadas por contribuições, com textos assinados, sob direção de um diretor, com um planejamento antecedente, também se encaixam na definição do produto.

No entanto, a primeira revista publicada no mundo, em 1663, na Alemanha, ainda não tinha todas essas características. Com o título “Edificantes Discussões Mensais”, se parecia com livro e foi considerada revista por trazer artigos de um mesmo assunto reunidos: teologia. Além disso, era voltada ao mesmo público e seria publicada periodicamente. Dessa forma, desde seu surgimento, a revista tem a proposta de aprofundar temas específicos mais do que jornais e menos do que livros (Scalzo, 2004).

A autora anteriormente citada explica que o termo Magazine, inspirado em lojas que vendiam de tudo um pouco, significa justamente a reunião de vários temas, apresentados de forma leve e dinâmica. “The Gentleman’s Magazine”, criada na Inglaterra no ano de 1731, foi um forte exemplo de revista que surgiu como o termo, leve e agradável, características que se mantêm até hoje.

As revistas ganharam mais força nos Estados Unidos a partir do momento em que o país diminuiu o analfabetismo e surgiram mais ideias, leitores interessados e necessidade de divulgar diversos temas e realizar discussões (Scalzo, 2004). Durante o século XIX, as revistas ganharam espaço, criando padrões e tendências que seriam seguidas por muito tempo em

publicações de diversas temáticas, para nichos específicos. Especialmente nos Estados Unidos e na Europa, havia uma parte da sociedade interessada em se informar e se entreter por meio da leitura.

O avanço das tecnologias de impressão também possibilitou melhoria na qualidade desses periódicos, além de maior quantidade de exemplares e distribuição em grande escala. Scalzo (2004) explica que essa distribuição quantitativa atraiu anunciantes, que financiaram parte dessa produção de revistas com a ideia de divulgar seus produtos, criando um ciclo de crescimento de tiragem de revistas e de financiamento, o que conquistou mais leitores e movimentou a indústria de comunicação de massa. No Brasil, a história das revistas começou no século XIX, quando surgiram livros menores, com formato similar à revista, mas que ainda não eram reconhecidos dessa forma. Na Bahia, “As Variedades”, de 1814, trazia assuntos literários, discussões sobre literatura, além de novelas, trechos de autores clássicos, costumes e virtudes da época em textos, de maneira sucinta, de acordo com a época. “O Patriota” surgiu no RJ em 1813, com assuntos da ciência e da arte, escritos em colaboração com intelectuais de cada assunto (Scalzo, p. 27, 2004).

De acordo com a autora anteriormente mencionada, a primeira revista especializada no Brasil foi “Propagador das Ciências”, no Rio de Janeiro em 1827. Voltada para a área médica, visava o público de novos médicos que atuariam no país. Também no Rio de Janeiro, em 1822, surgiu a “Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura”, com temas e pautas mais amplos sobre conhecimentos de diversas áreas e colaboração intelectual de médicos, cientistas, escritores, militares e engenheiros.

Em 1849, surgiu “A Marmota da Corte”, que introduziu textos menores e humorísticos, ampliando os horizontes para as revistas brasileiras. Anos depois, abriu espaço para criações como a revista “Rio Nu”, em 1898, com contos picantes, fotos eróticas e política. Liberou-se cada vez mais espaço para revistas de interesses e informações específicas. Um exemplo foi a criação da “Revista da Semana”, em 1900, que reconstituía crimes através de fotos em estúdios fotográficos (Scalzo, 2004).

Scalzo (2004) destaca a importância do surgimento de ilustrações nas revistas. Em 1842, a “Illustrated London News” revolucionou ao contar a história da época através de desenhos. Em 1905, surgiu a revista “Tico-Tico”, de história em quadrinhos, comprovando o sucesso no uso de imagens em revistas. Um momento decisivo na história dessas publicações foi o lançamento da “Time”, primeira revista semanal da história, em 1923.

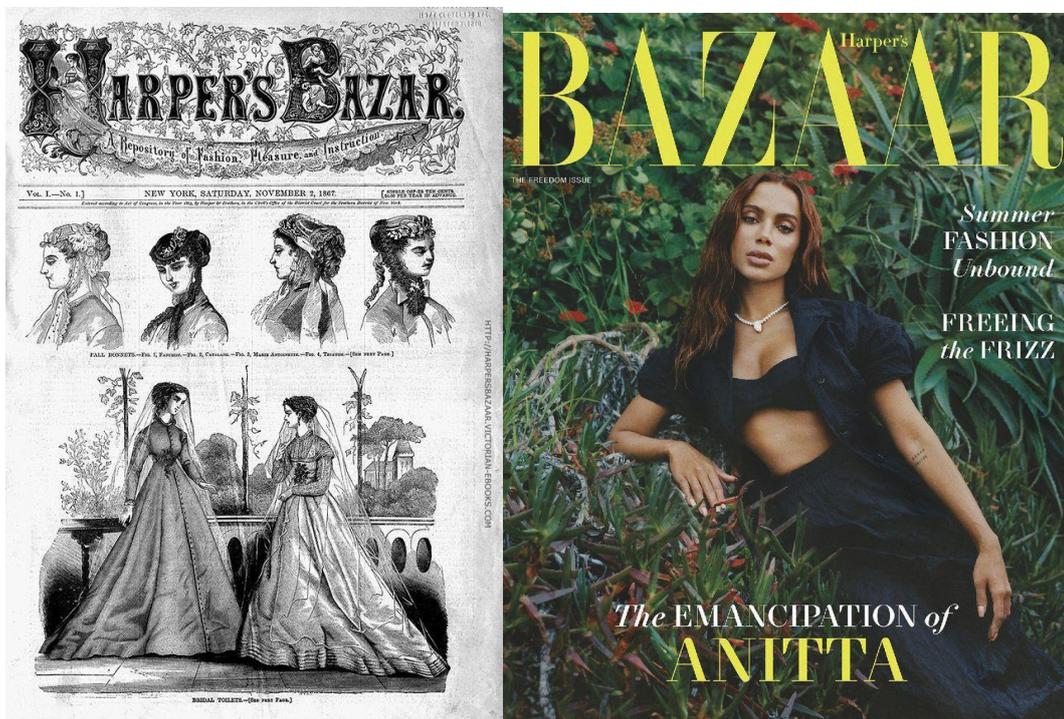
As revistas são conhecidas como um produto nichado, feito para quem se interessa por temas específicos e deseja saber mais sobre ou acompanhar as atualizações. A “Gazette du Bon

Ton” foi a primeira revista de moda publicada, uma marca pequena, mas influente no mundo da moda, publicada na França de 1912 até 1925.

Porém, uma das primeiras revistas de moda relevante, "Harper's Bazaar", foi fundada em 1867 nos Estados Unidos e até hoje se mantém como top das três revistas a serem lidas para quem se interessa pelo tema. As datas podem ser confusas ao considerarmos que Harper's focou no tópico da moda um longo tempo depois que foi criada, mesmo citando a temática algumas vezes e chamando atenção principalmente com as capas.

No entanto, a revista só focou na temática de moda anos depois que foi criada, a imagem abaixo é a primeira capa da publicação, ao lado de uma das capas de 2023. Por mais que a capa represente a moda feminina e deixe claro o que a revista trataria, esse demorou a ser o foco principal do produto.

Imagens 1 e 2 - Primeira capa Harper's Bazaar novembro de 1867 | Capa Harper's Bazaar EUA Julho de 2023



Fonte:

[https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2023/05/31/anitta-posa-sexy-na-mata-para-capa-de-iconica-
revista-de-moda-dos-eua.htm](https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2023/05/31/anitta-posa-sexy-na-mata-para-capa-de-iconica-revista-de-moda-dos-eua.htm)

<https://br.pinterest.com/pin/535928424402304644/>

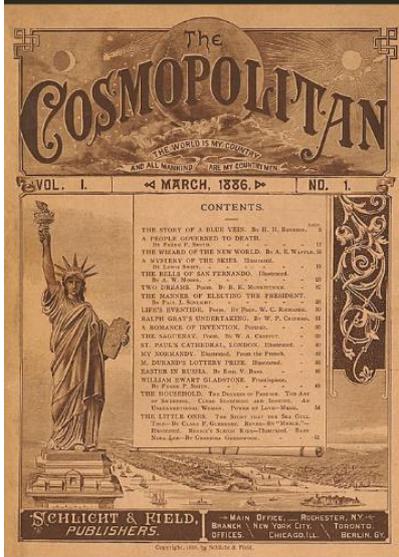
A "Cosmopolitan" foi fundada em 1886 nos Estados Unidos e é uma das revistas mais antigas, que mantém sua relevância e circulação. Embora não tenha entrado na temática de moda até 1960, tem um longo histórico abordando diversos temas, que incluem atualmente moda, beleza, estilo de vida, relacionamentos e assuntos femininos. (ROSA, Amanda 2019)

A revista passou por várias transformações ao longo dos anos, considerando que sequer começou na área da moda, adaptando-se às mudanças culturais e sociais, mas manteve sua posição como uma publicação popular e influente. A “Cosmopolitan” começa como uma revista sobre Nova Iorque e se adapta às necessidades da população a cada versão, transitando entre o que a mulher “dona de casa” dos anos 50 queria ler, para o que a mulher dos anos 70 “precisava saber” para acompanhar o estilo que mudava rapidamente (Rezende , 2015).

A marca “Cosmopolitan” é até hoje conhecida como uma das revistas que mais mudou o seu formato para agradar o público de cada época, sem medo de se reinventar com objetivo de ter mais vendas e grande alcance.

Imagens 3, 4 e 5 - Capas Cosmopolitan

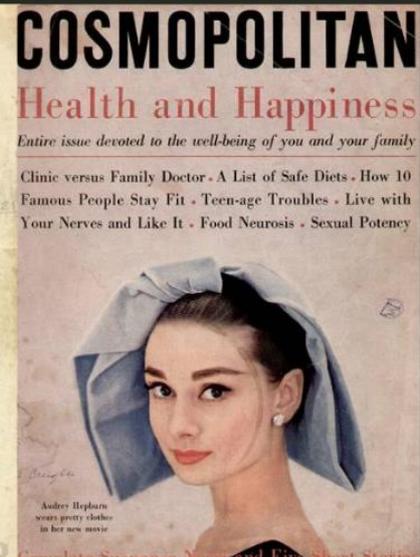
Capas COSMOPOLITAN e suas diferenças de acordo com a época



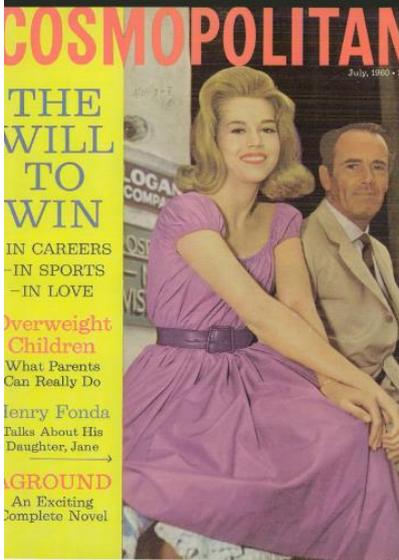
Primeira capa Cosmopolitan 1886, muitas histórias e contos que se assemelhavam a um livro de contos



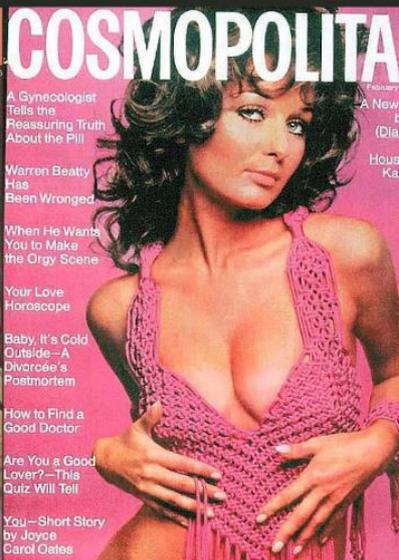
Versão de julho de 1901, que contava com mais ilustrações e já tinha o nome "magazine" ou "revista" na capa



O público alvo se torna cada vez mais mulheres, que se mostram mais consumidoras de leituras ilustradas, fevereiro de 1957



Julho de 1960, a temática mais forte era relacionamentos, cuidado com a casa e aparência e mesmo que homens fossem assunto, o foco eram as mulheres que liam



Em fevereiro de 1970 a moda é outra e a independência para seguir o próprio estilo e ousar era tópico forte



Capa recente, de agosto de 2023 mostra elenco de série em alta, série que fala sobre relacionamentos LGBTQIA+ e assuntos relevantes, indicando também a mudança de eixo de assuntos tratados na revista.

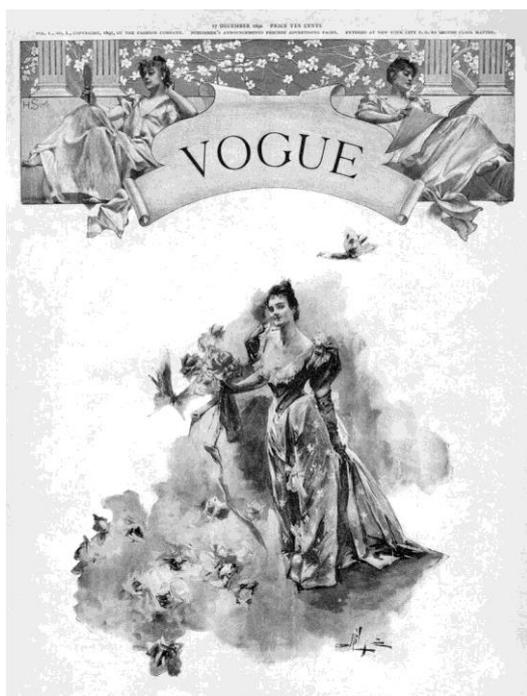
- Fontes: <https://www.bramstoker.org/publishers/cosmopolitan.html> - https://pt.frwiki.wiki/wiki/Cosmopolitan_%28magazine%29 - <https://www.wolfgangs.com/vintage-magazines/cosmopolitan/vintage-magazine/OMS800364.html> - <https://noragmay.github.io/2018/04/05/A-Data-Driven-Historical-Analysis-of-Cosmo/> -

<https://br.pinterest.com/pin/322148179579486900/>

<https://www.cosmopolitan.com/uk/entertainment/a44473147/heartstopper-cosmopolitan-uk-cover/>

Em 1892 surge a revista Vogue, também nos Estados Unidos, até hoje consolidada e considerada a maior revista de moda mundial. Uma das publicações mais influentes no mundo da moda e que em seu tempo de história teve diversos nomes importantes na capa, como Beyoncé, Michelle Obama, Serena Williams, A seguir, a primeira capa da revista ao lado de uma das capas mais recentes, de 2023 (Rezende, 2015).

Imagens 6 e 7 - Primeira capa Vogue dezembro de 1892 | Capa Vogue Britânica janeiro 2023



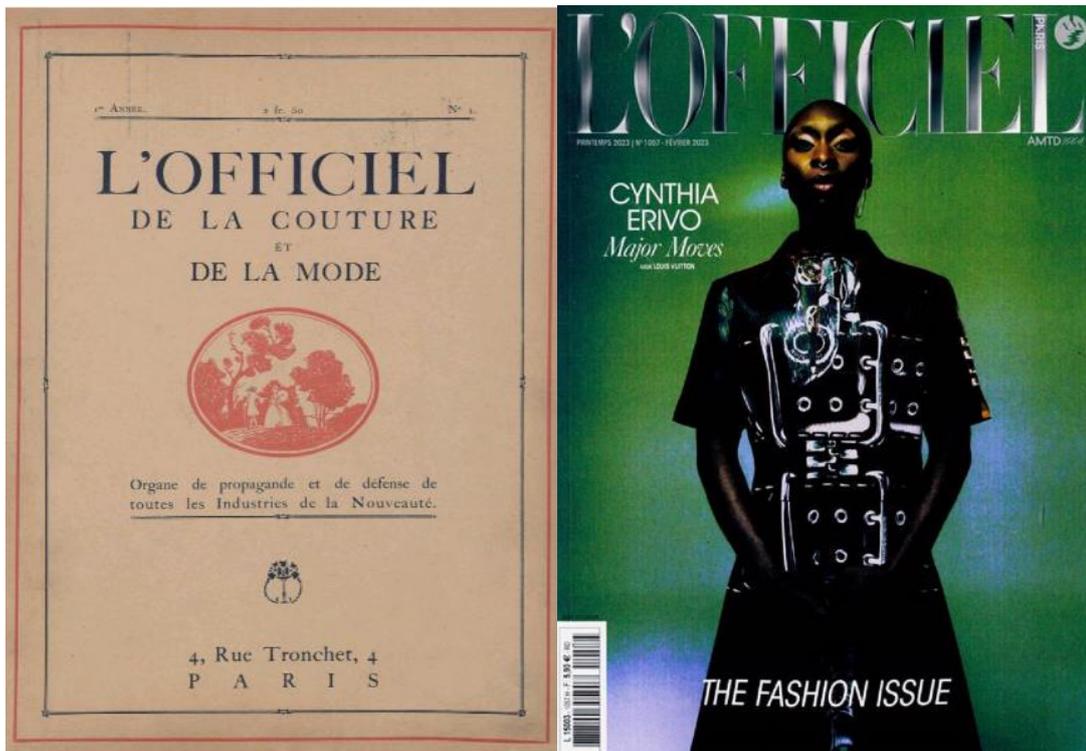
Fonte: <https://www.vogue.pt/vogue-historia-primeiras-vezes>

<https://universomovieforward.wordpress.com/2022/12/14/iman-is-the-cover-star-of-british-vogue-january-2023-issue/>

A revista “L'Officier” surgiu em Paris no ano de 1921 e tem como nome completo “L'Officiel de la couture et de la mode de Paris” ou “A oficial de cultura e de moda de Paris”, um produto que marcou a sociedade, especialmente o público feminino que buscava conteúdos que se identificavam e interessavam, considerando a época em que estavam inseridas. Atualmente continua chamando atenção por sua conexão entre cultura e moda de maneira única, pioneira e clássica, estilo que a marca chama de toque francês.

Imagens 8 e 9 - L'official primeira capa 1921
2023

| L'official capa de fevereiro de



Fonte: <https://www.pressreader.com/brazil/l-officiel-brasil/20210831/283923115908543> - <https://bwrevistas.com.br/produto/lofficiel-de-la-couture1057-revista-importada-francesa/>

Ainda na França, a revista também conhecida até hoje, “Marie Claire” é criada no ano de 1937 e se estabelece de maneira forte no mercado da moda até o presente ano de 2023. Conhecida também como a primeira revista a encorajar a mulher a considerar sua autonomia, expor seu charme e desenvolvimento pessoal, a “Marie Claire” nunca perdeu seu charme empoderado que se adaptou de acordo com que a mulher de cada época “precisou” (Rezende, 2015)

Com o slogan Chique é ser inteligente, a revista “Marie Claire” desde seu surgimento até os dias de hoje segue a linha editorial de temas que elevam a mulher e a tornam mais inteligente, adicionando também dicas de vida e beleza. A discussão sobre o que a moda representa na sociedade de maneira política e de maneira divertida andam lado a lado nessa proposta de produto desde sua criação (Rezende, 2015).

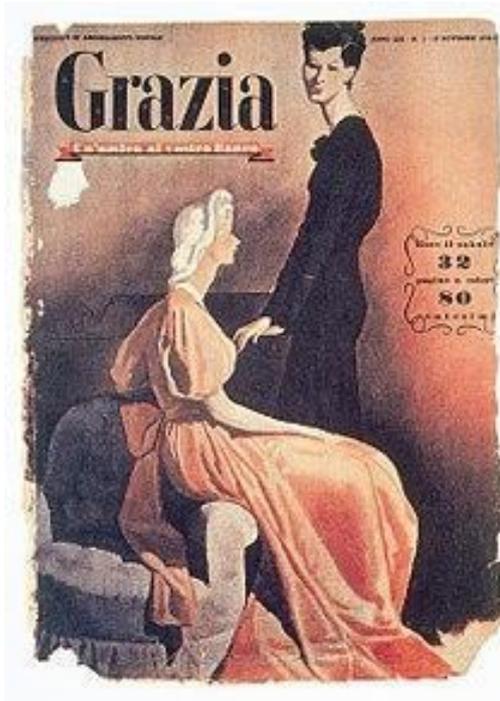
Imagens 10 e 11 - Primeira capa Marie Claire março de 1937 | Marie Claire Brasil capa de julho de 2023



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/523050944198243087/>
<https://twitter.com/MarieClaireBR/status/1665693545796194304>

Um ano após o surgimento de Marie Claire na França, em 1938, é criada a até então ainda relevante e famosa revista “Grazia” na Itália. A publicação fica conhecida rapidamente como a voz italiana da moda, título influente para a época e que se estabelece por muito tempo, mantendo sua influência até os dias de hoje.

Imagens 12 e 13 - Primeira capa “Grazia” 1938 | Capa “Grazia” janeiro de 2023



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Grazia> - <https://br.pinterest.com/pin/latina-body-positivity-shoot--133630313942470595/>

A revista "Glamour" teve início em 1939, nos Estados Unidos, estabelecendo-se como uma publicação mensal voltada para mulheres jovens e modernas. Ao longo das décadas, a revista evoluiu com as transformações culturais, abordando moda, beleza, estilo de vida e questões sociais, como empoderamento feminino e bem-estar. Reconhecida por suas capas elegantes e editoriais inspiradores, a Glamour expandiu sua presença para o digital, mantendo-se relevante em meio às mudanças na indústria editorial. Contudo, em 2020, a revista encerrou sua versão impressa nos Estados Unidos, mantendo exclusivamente sua presença on-line (Rezende, 2015).

Imagens 14 e 15 - Primeira capa Glamour abril de 1939 | Capa Glamour Brasil maio de 2023



Fonte: <https://m.media-amazon.com/images/I/A1u3dE69RqL.jpg>

<https://glamour.globo.com/lifestyle/capas/noticia/2023/05/camila-queiroz-capa-glamour-maio-2023.ghtml>

A revista "Gentleman's Quarterly", mais conhecida como GQ, foi fundada em 1931 nos Estados Unidos. Originalmente, a revista se dedicava a fornecer dicas de moda e estilo apenas para homens. No entanto, em 1957, passou por uma mudança significativa em sua direção editorial para se concentrar com um público mais amplo e diversificado, abrangendo tópicos além da moda, como cultura, estilo de vida, política e entretenimento. Essa mudança permitiu que a revista se tornasse uma influente voz na mídia masculina contemporânea, abordando assuntos relevantes para homens modernos e criando um conteúdo também consumido por mulheres, mesmo que seu foco até hoje seja a moda masculina.

Ao longo dos anos, a GQ continuou a evoluir, mantendo-se atualizada com as tendências culturais e oferecendo uma perspectiva sofisticada atrelada com o moderno sobre uma variedade de temas. A revista conquistou uma posição de destaque na indústria de publicações, sendo reconhecida por suas entrevistas com celebridades, ensaios fotográficos elegantes e artigos de interesse geral (Rezende, 2015).

Imagens 16 e 17 - Uma das primeiras capas GQ em 1957 | Capa GQ em maio de 2023



Fonte: <https://www.tudointeressante.com.br/2016/05/13-capas-de-revistas-famosas-em-suas-primeiras-edicoes-e-como-estao-hoje.html> - <https://www.amazon.com.br/Magazine-April-2023-Donald-Glover/dp/B0C4Q42977>

A revista "ELLE" foi fundada na França, no ano de 1945 com foco em moda, beleza e estilo de vida, retratando a vida da mulher moderna. Desde sua criação, tornou-se uma das publicações de moda mais renomadas e influentes do mundo. Tem como objetivo oferecer uma visão contemporânea das tendências de moda e estilo, desempenhando um papel significativo na disseminação da moda e da cultura pop em todo o mundo.

Imagens 18 e 19 - Primeira capa ELLE novembro de 1945 | Elle USA março de 2023



Fonte: <https://www.amazon.com.br/ELLE-Mode-covers-1945-jours/dp/2723483606>
<https://www.amazon.in/ELLE-March-2023-USA-Hadid/dp/B0C1W7S2YQ>

A "W Magazine" surge em 1972 nos Estados Unidos, conhecida por sua abordagem artística e editorial inovadora, com foco em moda, arte e cultura. A revista W é reconhecida por imagens de moda criativas e conceituais, muitas vezes apresentando editoriais fotográficos elaborados e principalmente pela colaboração com artistas renomados de todas as áreas do entretenimento (Rosa, 2019).

A publicação se destaca por seu estilo único de cobertura da moda, combinando elementos de moda, arte e entretenimento de maneira pioneira. A W Magazine tem apresentado novos talentos e também figuras estabelecidas nas indústrias de moda, cinema, música e arte no geral, contribuindo notavelmente para a intersecção desses campos criativos.

Imagens 20 e 21 - Primeira capa W Magazine, dezembro de 1972 | Capa W Magazine março de 2023



Fonte: <https://www.ebay.com/itm/143774401828> - <https://www.wmagazine.com/directors-issue-2023>

A revista "i-D", fundada por Terry Jones no Reino Unido em 1980, é única na história, fornecendo interseção da moda com a cultura jovem e subcultura. Conhecida por sua abordagem ousada e inovadora, destaca-se por suas capas artísticas, muitas vezes apresentando modelos com olhares expressivos e maquiagem criativa. Além de ser um reflexo das tendências da moda da época de publicação, "i-D" também explorou temas culturais, sociais e políticos relevantes para a juventude, moldando a maneira como as pessoas percebem e interagem com a moda.

A revista serviu como uma plataforma para destacar jovens designers, fotógrafos e artistas emergentes, contribuindo para a promoção de novos talentos na indústria da moda. Com uma abordagem que valoriza a individualidade e a autenticidade, "i-D" capturou ao longo dos anos a essência da juventude e da subcultura de maneira marcante. Em 2016 foi feita uma retomada de todas as capas da revista e pelo link <http://covers.i-d.co/> é possível encontrar as capas da publicação até 2016, comprovando a criação de capas artísticas, marcantes.

Imagem 22 - primeiras capas (a primeira começa debaixo para cima, apenas o nome da revista em rosa com o fundo preto)



Fonte: <http://covers.i-d.co/>

Imagem 23 - Capa revista i-D Verão 2023



Fonte: <https://i-d.vice.com/en/article/g5yva4/anok-yai-kaws-cover-futura-roger-gastman-interview>

A "Vanity Fair" é uma revista de entretenimento, cultura e moda que tem suas raízes nos Estados Unidos. Fundada originalmente em 1913, foi relançada em sua forma atual em 1983. A revista é conhecida por sua cobertura abrangente de diversos tópicos culturais, incluindo moda, cinema, televisão, política, sociedade e arte. Combinando entretenimento e jornalismo de qualidade, a "Vanity Fair" é uma publicação reconhecida por sua influência na cultura popular. (Uliana Calza, 2015)

Uma das características distintivas da "Vanity Fair" é a qualidade de suas reportagens investigativas, perfis detalhados de personalidades influentes e ensaios culturais marcantes. A revista frequentemente apresenta fotografias de alta qualidade e capas únicas, tornando-se uma plataforma para destacar celebridades e figuras notáveis. Além disso, é famosa por sua lista anual do "Hall da Fama Internacional das Melhores Vestidas", que reconhece figuras públicas de todo o mundo que se destacaram por seu estilo.

Imagens 24 e 25 - Primeiras capas Vanity Fair 1913. Outubro e novembro.



Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vanity_Fair_October_1913_cover.jpg -
<https://archive.vanityfair.com/article/1913/11/dress-vanity-fair>

Imagens 26 e 27- "Rebrand" Vanity Fair 1983 - Voltada mais a cultura pop e menos para moda em si.

Imagem 28 - Hollywood cover 2023, uma capa que representa bem a essência atual Vanity Fair, moda combinada com celebridades e cultura popular



Fonte: <https://www.vanityfair.com/2023-hollywood-issue-landing-page>

A revista "InStyle" foi fundada em 1994, também nos Estados Unidos, e é conhecida por ser menos editorial e estética, e mais popular. Essa estética não foi alterada ao longo dos anos, uma das revistas que menos passou por alterações estéticas. Um produto conhecido por seu foco em moda, beleza, celebridades e estilo de vida. A InStyle oferece um olhar sofisticado sobre as tendências de moda e beleza, muitas vezes destacando as escolhas de estilo de celebridades e oferecendo dicas práticas para os leitores incorporarem essas tendências em seu próprio estilo pessoal e no dia a dia, em rotinas diferentes, um material notável para estabelecer tendências. A revista tem como principal objetivo ser acessível e inspiradora, oferecendo insights sobre moda e beleza facilmente aplicadas durante a rotina. (Rezende, 2015)

Capa InStyle 1997 / Capa InStyle 2017



Fontes: <https://www.instyle.com/celebrity/instyle-magazine-covers-1997>
<https://www.thesun.co.uk/wp-content/uploads/2017/08/selena.png?strip=all&w=445>

No cenário brasileiro, surgiram muitas revistas de moda e a maioria continua relevante, principalmente ao seguir a “receita de bolo”. Assim, revistas como Vogue, Marie Claire, Elle, QG, Glamour e outras internacionais são replicadas aqui, da mesma forma que existem franquias das mesmas em vários países. Destaca-se, no entanto, que essas revistas, por mais que tenham iniciado em outros países e conquistado o mundo, ganharam identidade cultural do local de publicação (Rezende, 2015).

Vogue Brasil, Glamour Brasil e Elle Brasil são só algumas das revistas que chegaram aqui na intenção de influenciar o país e, com o tempo, tiveram sua marca influenciada, seja pela cultura, pela personalidade ou pela moda já existente que evolui do seu próprio jeito mesmo ao se inspirar no cenário internacional.

No Brasil, destacam-se duas revistas originais, Manequim (1952) e Claudia Moda (1961), ambas surgem em território brasileiro e se mantêm em circulação até hoje, por mais que o foco e prestígio maior estejam no produto internacional replicado (Rosa, 2019). Primeiras capas da revista “Claudia”(1961) e da revista “Manequim”(1957), ambas fundadas pela editora Abril, no Brasil.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/166211042468896122/>
<https://br.pinterest.com/pin/373095150352186114/>

A "Manequim" oferecia dicas de costura, moldes de roupas para confecção caseira, sugestões de looks para diferentes ocasiões e informações sobre tecidos e tendências, novidade em questão de revista, tornando-a mais acessível e popular assim que surgiu. Ao longo das décadas, a revista também incorporou temas relacionados à beleza, saúde e comportamento feminino. Esse produto teve um papel fundamental na disseminação de novas ideias de moda e estilo para as mulheres brasileiras, e por mais que sua circulação seja baixa nos dias de hoje, a Manequim teve grande impacto por muitos anos (Rosa, 2019).

A revista "Claudia" destacou-se por conter artigos sobre psicologia, saúde, educação, comportamento e questões sociais, além de moda e beleza. A revista tinha um foco especial em empoderar as mulheres e fornecer informações relevantes para suas vidas cotidianas, formas interessantes de se lidar com a rotina de acordo com cada época de circulação.

A linha editorial Claudia confrontou os padrões tradicionais da época, e promoveu discussões sobre a emancipação feminina, os direitos das mulheres e as questões de gênero, assuntos que não eram comuns e hoje em dia são extremamente discutidos, um produto a frente do seu tempo e que revolucionou a comunicação brasileira no mercado de revistas.

Claudia abriu espaço e se tornou um veículo importante para a expressão das vozes femininas, um editorial que discute temas relevantes para as mulheres brasileiras e influencia até hoje. A "Claudia" ajudou a moldar a visão da sociedade sobre o papel das mulheres na cultura brasileira e contribuiu para a evolução dos debates sobre gênero e igualdade (Rosa, 2019).

Ambas as revistas, "Manequim" e "Claudia", desempenharam papéis significativos na cultura brasileira, influenciando a moda, o comportamento feminino e a sociedade como um todo. Por mais que atualmente não tenham tamanha circulação, serão para sempre reconhecidas como produtos revolucionários. Essas revistas refletiram e moldaram as mudanças ao longo dos anos, contribuindo para a narrativa das mulheres no Brasil.

2.2 CARACTERÍSTICAS

A revista se caracteriza como um produto de periodicidade, de conteúdo diversificado e foco em um tema específico a ser explorado. Precisa ter design impactante, desde sua capa até fotos e estética, com estilo e tom próprios na imagem e na escrita. Além disso, é importante que a identidade seja forte e reconhecível, com propósito e público-alvo definidos.

No quesito estrutura física de uma revista, entende-se a necessidade de uma capa, declarada como “síntese irresistível da edição”, por Scalzo (2004), pois, antes mesmo de ser aberta, deve despertar encanto e interesse. Em primeira instância, a capa é o que vende a revista e deve sintetizar os assuntos mais chamativos, deixando claro o que o leitor pode esperar ao comprar o produto. De acordo com a autora, a imagem, a logo, a estética é de extrema importância, especialmente quando a publicação traz opiniões e temas específicos do nicho. No caso da revista digital, a página inicial do site deve cumprir essa função.

Outra característica de revista que ganha destaque é a pauta, é necessária a criação de pautas originais ou com novos ângulos, que chamem atenção e sejam relevantes para o público que será atingido. No caso das revistas de moda, beleza e comportamento, os temas claramente já foram bem explorados pela comunicação, mas sempre faltarão ângulos a expor. Assim, é necessário variedade na pauta, que deve ser diversa, passando pela arte, entretenimento, cinema, beleza (Scalzo, 2004).

Um exemplo interessante de pauta pouco explorada na moda é o uso de inteligências artificiais, tanto para criação de peças quanto para o mostruário em desfiles e exposições. Entender até onde é trabalho humano e até onde é interferência tecnológica é interessante para darmos os próximos passos na área.

Outro passo interessante a ser abordado como pauta é a questão da acessibilidade em conflito com a necessidade de sustentabilidade. A urgência de um mundo sustentável é abordada constantemente, inclusive na área da moda, porém pode ser interessante a visão de quem está inserido nessa área e vê parte desse movimento como dificultado pelo elitismo.

Acrescentando ao conteúdo, o design da revista deve comunicar e deixar os textos mais atraentes, facilitando a leitura e a compreensão. Geralmente, a imagem é a primeira coisa vista pelo público na publicação. Por isso, as fotografias selecionadas têm que representar a mensagem passada e provocar o emocional, convidando o leitor a entrar no assunto Scalzo (2004).

Na preparação de uma revista, especialmente de moda, as “fotos produzidas” exigem uma equipe formada por repórteres, cabeleireiros, maquiadores, assistentes, iluminação e editores. O objetivo é contar uma boa história através de imagens, que devem entreter, surpreender e informar, de maneira coesa com o texto para que nenhuma informação fique solta. Todas as fotos devem ter legendas inteligentes e diretas, orientando o leitor a entender o que está sendo comunicado (Scalzo, 2004).

Os títulos e subtítulos ou chamadas para as matérias devem ser interessantes e chamativos, capazes de captar a atenção do leitor independente do assunto. Sugere-se também o uso de textos alternativos para alcançar os interessados em saber sobre o assunto. Por isso, é necessário trabalhar em plataformas de acessibilidade. Para deixar a comunicação ainda mais clara, podem ser usados infográficos, que chamam a atenção e são, muitas vezes, estrategicamente colocados no começo de uma matéria. Esses podem ser de tabela, desenhos, fotos, legendas, ilustrações, mapas, o que combinar e se adequar melhor ao tema abordado no texto (Scalzo, 2004).

Por último, é necessário que o leitor encontre felicidade, entretenimento e diversão. Ou seja, além de conter informações verídicas, de qualidade, bem apuradas e informativas, o texto de revista precisa ir além dessa proposta. Para isso, é importante que sejam simples e claros, com uma leitura prazerosa e de fácil entendimento. A linguagem utilizada deve ser adequada ao perfil do leitor, logo é importante conhecê-lo. A revista permite ainda que os textos sejam trabalhados numa grande variedade de gêneros, tema trabalhado a seguir (Scalzo, 2004).

2.3 GÊNEROS NA REVISTA

Traquina (2015) explica o uso dos gêneros jornalísticos não só como formas fixas de escrita, mas também como formas flexíveis e adaptáveis para diferentes contextos e objetivos. Em relação às características, o autor destaca que cada gênero tem uma estrutura, linguagem,

forma de apresentação e propósito específicos, reconhecidos pelos leitores e pela indústria jornalística.

O autor supracitado demonstra que as revistas geralmente possuem mais liberdade em relação aos gêneros do que os jornais. Utilizam uma abordagem mais subjetiva e interpretativa em relação aos fatos, o que permite maior liberdade de expressão e envolvimento emocional dos leitores, resultando em mais interação.

Marques Melo (2009) entende os gêneros e seus formatos como relativamente fixos, que se expressam de diversas formas, denominadas formatos, por sua vez replicados em *espécies* chamadas de *tipos*. Um exemplo dessa classificação é o *gênero* informativo, que comporta o *formato* reportagem e pode ser dividido em grande reportagem, a *espécie*.

O autor anteriormente mencionado explica que as decisões sobre a forma e o conteúdo do gênero jornalístico são tomadas a partir da linguagem e dos aspectos comunicacionais envolvidos na produção da informação. Desse modo, é importante atentar-se às particularidades do universo da comunicação na produção dos gêneros jornalísticos.

Traquina (2015) entende que o *gênero* varia de acordo com a necessidade do veículo para qual está sendo trabalhado ou com a decisão autoral, normalmente feita para trabalhar de determinada maneira a informação a ser passada. Todas essas decisões são tomadas de acordo com a comunicação, motivo pelo qual deve se atentar às particularidades desse universo (Marques de Melo, 2009).

Uma das classificações mais usadas no Brasil, quando se trata de gêneros no jornalismo, é a de Marques de Melo (2009), segundo o qual os gêneros estão sugeridos da seguinte forma:

A. Gênero Informativo: nota, notícia, reportagem e entrevista.

Nota: formato breve que apresenta a informação de forma objetiva.

Notícia: apresenta informações sobre fatos, eventos ou situações recentes relevantes.

Reportagem: mais elaborado, apresenta informações sobre um assunto específico, resultado de uma investigação ou cobertura mais aprofundada. É um gênero complexo e desafiador, exige um trabalho de apuração e produção de texto, criatividade e inovação, buscando apresentar o tema abordado de forma original e instigante. A precisão é fundamental, erros e incertezas podem comprometer a credibilidade do jornalista e do veículo de comunicação. Também é importante contextualizar os fatos, explicando sua importância e relevância além de ser pautada pelos princípios éticos do jornalismo, como a imparcialidade, a transparência e o respeito à privacidade das pessoas envolvidas na história.

Entrevista: evidencia opiniões ou declarações de uma ou mais pessoas sobre um assunto específico. Caracteriza-se pela conversa entre duas ou mais pessoas com o objetivo de obter

informações e opiniões para compor uma reportagem, notícia ou qualquer outro gênero jornalístico". Em uma entrevista, o jornalista busca extrair do entrevistado informações relevantes para a produção de uma matéria jornalística, utilizando técnicas e estratégias de perguntas adequadas ao objetivo para o qual foi marcada a entrevista, pensando em como ficaria essa matéria final.

B. Gênero Opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, crônica e carta.

Editorial: apresenta a opinião oficial do veículo de comunicação sobre um assunto de interesse público. Geralmente assinado pela direção do veículo de comunicação, tem como objetivo influenciar a opinião pública e estimular o debate sobre questões relevantes do tema apresentado, no caso de revista, com os temas propostos sobre o nicho.

Comentário: apresenta a opinião pessoal do autor.

Artigo: formato mais elaborado que apresenta a opinião e argumentação do autor.

Resenha: crítica ou análise sobre uma obra, um livro ou um filme.

Coluna: formato que apresenta a opinião regular de um autor sobre diversos temas. É um espaço editorial em que o autor pode expressar livremente suas opiniões, análises e comentários sobre assuntos variados, desde política até cultura e entretenimento, normalmente convidado a falar sobre algo específico relacionado ao nicho abordado. Tem um formato mais leve e descontraído que outros gêneros jornalísticos e costuma ter um tom mais pessoal e subjetivo (Marques de Melo, 2015).

Caricatura: formato que utiliza o humor e a sátira para apresentar uma crítica ou opinião sobre um assunto, personalidade ou situação.

Carta: apresenta a opinião ou crítica de um leitor ou colaborador sobre um assunto específico.

Crônica: reflexão pessoal e subjetiva do autor sobre um tema cotidiano ou de interesse público contando uma história imaginativa ou real que leve à reflexão.

C. Gênero Interpretativo: reportagem interpretativa, ensaio jornalístico, crítica cultural, comentário, entrevistas interpretativas, análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê.

Reportagem Interpretativa: o jornalista explora além dos fatos básicos e busca analisar, contextualizar e interpretar os eventos narrados.

Ensaio Jornalístico: o jornalista expressa opiniões sobre um tópico de maneira mais aprofundada.

Crítica Cultural: análise de aspectos culturais artísticos, filmes, músicas, séries, artes, obras, livros sob uma interpretação crítica sobre suas influências e significados.

Comentário: Opiniões pessoais do autor, podendo incluir análises aprofundadas do tópico escolhido

Entrevistas Interpretativas: entrevistas que buscam extrair opiniões mais densas do entrevistado.

Análise: interpretação sobre um assunto específico, a partir de dados e informações.

Perfil: apresenta a história e características de uma pessoa, empresa ou organização.

Enquete: opinião de um grupo de pessoas sobre um assunto específico.

Cronologia: apresentação de uma sequência de eventos, organizados de forma cronológica.

Dossiê: investigação ou compilação de informações sobre um assunto específico.

D. Gênero Diversional (história de interesse humano e história colorida)

História de interesse humano: histórias emocionantes ou curiosas sobre pessoas e situações de vivência humana.

História colorida: histórias curiosas ou divertidas sobre situações ou eventos.

E. Gênero Utilitário: (cotação, roteiro, serviço)

Indicador: apresentado em índice ou ranking de dados ou informações.

Cotação: informações sobre preços de produtos, serviços ou mercados.

Roteiro: guia ou passo a passo sobre um assunto específico.

Serviço: apresenta informações úteis e práticas sobre um assunto específico.

Em razão do produto selecionado para a produção do presente trabalho, a revista digital, serão trabalhados especialmente o gênero informativo (no formato de nota e reportagem), opinativo (nos formatos de comentário, artigo, coluna e crônica), gênero interpretativo (nos formatos de reportagem interpretativa, crítica cultural, comentário) e gênero utilitário (serviço).

2.4 REVISTAS DIGITAIS

Em uma análise atual do mercado de consumo midiático, entende-se a necessidade de evolução em veículos de comunicação para que sejam compatíveis com a mídia digital. Essa atualização deve ser feita de maneira contínua para promover cada vez mais a interação de um novo público com o conteúdo idealizado (Poter, 2023).

“Os canais de comunicação tornaram-se dependentes do tráfego nas redes sociais, e muitos constatam que os seus conteúdos estão a ser cada vez mais acedidos fora da sua esfera de controlo. Também deveríamos estar cientes da força que gravita numa direção diferente – uma força também predominantemente visual, mas na forma estrita, superficial e banalizada que prolifera nas redes sociais. O futuro do jornalismo enfrenta inúmeros desafios.” As revistas que migram do meio impresso ao digital investem no design, proporção, textos, hiperlink e

interatividade. A migração para diversas outras plataformas, meios de comunicação e redes se torna necessária (Gonzales, et al.,).

Assim, o processo do impresso ao digital, sem descarte do primeiro, mas com maior abertura ao segundo, alavancou novas publicações de jornalismo especializado. “É no ambiente de convergência cultural que se produzem modos de consumo comunitário, que se manifestam na criação de comunidades digitais específicas” (Natansohn et al. 2010, p. 13).

“O produto revista, na perspectiva do jornalismo, é um conceito, e ele não se esgota na materialidade impressa, sendo impulsionado na contemporaneidade como ‘parte ativa do processo contemporâneo de convergência cultural’.” (Natansohn et al. 2010, p. 13). Com isso, percebe-se que, mesmo com suas muitas características e especificidades, a revista ainda é um produto mutável e que pode acompanhar as necessidades sociais de diferentes épocas.

Tanto em sua forma impressa quanto digital, as revistas jornalísticas desempenham um papel singular no meio jornalístico. “Mais do que contar o que acontece no mundo – função primária da imprensa diária – a revista comenta, opina e interpreta sobre assuntos variados, buscando uma visão mais aprofundada dos temas e fatos que envolvem o ser humano” (Tavares, 2011, p. 49).

O gênero revista está passando por transformações, para além de versões impressas, somam-se versões online para dispositivos móveis. Além disso, designs e interfaces estão sendo alteradas constantemente para acompanhar essas novidades de formatos, como a criação de interatividade. Essas transformações, no entanto, não foram fáceis e lineares, ao longo do seu percurso no ciberespaço, ainda passam por dificuldades (Natansohn et al., 2013).

A revista atinge um público específico por meio de estratégias visuais, segmentação temática, e periodicidade. Na produção e consumo de textos e revistas virtuais, pela característica de hipertextualidade, possibilita-se a interatividade, incluindo os leitores nas estratégias editoriais (Natansohn, 2013).

O processo de disponibilização de revistas on-line para o grande público se facilita por existir o maior acesso à internet. Porém, é necessário que quem esteja disponibilizando esse tipo de conteúdo entenda sobre os diversos sistemas e qual é o melhor para cada funcionalidade como desenhos de interface, arquitetura do site, opções de navegação e distribuição de conteúdo e sistema de interações pré-definidas.

Considerando que as revistas são publicações destinadas a públicos segmentados, específicos, a focalização da audiência permite uma interação maior com o leitor/navegador, de maneira que conteúdo e design são fortemente determinados pelo público-alvo desejado (Natansohn, et al 2013, p.12). A interação social potencializa-se quando o conteúdo é online,

gerando processos comunicacionais únicos, que vão além da leitura, avançando para a autonomia do campo da recepção, a colaboração e a interação horizontal entre produtores e leitores.

A hipertextualidade tira o leitor do foco que ele teria em uma revista física e o faz acessar diversas outras informações disponíveis na web. Logo, um dos maiores desafios de uma revista online de sucesso é manter o leitor focado no produto oferecido e interessado até o final por mais que ele tenha a opção de acessar toda a web.

Quando o assunto é tecnologia a ser usada e melhores métodos a serem escolhidos, atualmente revistas online que tem a temática e foco maior em design e áreas da arte simulam revistas impressas, usando PDF, em Flash, com folheio de páginas e outras animações.

Uma tecnologia de bastante uso e que merece destaque é o Flip Page que simula justamente o folhear tradicional da revista. É, então, a tecnologia que mais se aproxima da experiência que o leitor tem ao ler revistas físicas e para essa leitura dinâmica em PDF é necessário um programa leitor.

O programa leitor mais comum é o Adobe Reader, um programa de cerca de 20MBs. Para a leitura das revistas em Flash, por sua vez, é necessário um plugin de cerca de 2MBs. Mas a diferença mesmo é na rapidez. Nos dispositivos leitores de revista on-line em Flash, o carregamento da revista se dá em “fluxo contínuo”, isto é, o conteúdo (vídeo, texto, etc) vai sendo carregado na medida em que o usuário consome; cada página é carregada na medida em que o leitor folheia. Já em PDF é necessário baixar o arquivo inteiro. Se a leitura for feita direto no navegador, não há garantias da ordem de carregamento das páginas (Natanson, et al. 2013, p.19).

Um exemplo de revista digital de moda que apresenta seu conteúdo de maneira esteticamente agradável, de fácil acesso e com propriedade, tanto de maneira física quanto digital, é a “W Magazine”. Com passagem de imagens de maneira simples e interessante, fonte e textos chamativos, mas legíveis e que captam a atenção, o site da revista se torna um dos melhores exemplos. A escolha de temas, cores, fotos e títulos contribuem para que o site seja de fácil utilização, além de captar a atenção.

W

TV Portfolio
Fashion
Culture
Entertainment
Beauty
Life
Video
Subscribe



MENU

FASHION

Horse Girls
Kendall Jenner
& Stella
McCartney
Unite in New
Campaign



ADD TO CART

The Best
White
Sneakers For



W

SEARCH CLOSE

TV Portfolio
Fashion
Culture
Entertainment
Beauty
Life
Video

W

MENU

Fashion

TV Portfolio
— *Fashion*
Culture
Entertainment
Beauty
Life
Video
Subscribe



THIS JUST IN

Ralph Lauren Returns to the Range to Launch Its Newest Handbag



FASHION

The Best Reformation Sale Deals to Shop Now

Fonte: <https://www.wmagazine.com/>

São muitos os exemplos de revistas que passaram de impressas para serem apenas físicas, Teen Vogue, Glamour, Allure, NYLON, InStyle UK e outras são algumas que estão apenas no âmbito digital, o que é cada vez mais comum na área de revistas, especialmente para aquelas que o nicho exige bastante comunicação visual.

3 REVISTA “YEARLY”

Neste capítulo, é apresentada a revista digital “Yearly” <https://yearlycontent.my.canva.site/>, que tem o objetivo de informar e refletir sobre moda de forma ampla. Engloba desde a moda que sai das passarelas até a moda capaz de transcender o uso diário e ser apreciada de forma artística. Trata-se de um projeto anual, uma coletânea dos melhores momentos da moda do ano em que está sendo apresentada.

3.1 OBJETIVO E TEMA

A proposta foi criar uma revista digital sobre moda com o objetivo de informar, refletir e demonstrar visualmente sobre diferentes nichos do mundo da moda, abordando temas como Haute Couture, Camp, Ready-to-Wear e Street Style¹. A ideia surgiu a partir do interesse pela área de moda e da vontade de criar um produto que expresse conhecimento e paixão pelo assunto, além de servir como um futuro portfólio para trabalhar na área de jornalismo de moda.

A revista digital tem como proposta apresentar a moda como uma forma de arte e expressão dos estilistas e criadores, que são artistas. Muitas vezes, a moda é negligenciada por estar tão presente em nosso dia a dia e ser vista como algo comum e rotineiro. No entanto, existem peças de roupas que são reconhecíveis e participaram de momentos marcantes na história, como o vestido branco de Marilyn Monroe ou a jaqueta que consagrou James Dean como o Bad Boy oficial de Hollywood. Essas peças são exemplos de como a moda também é uma forma de cultura pop e representação.

A revista digital pretende ser interessante tanto para aqueles que já se identificam com o assunto da moda, especialmente quando se trata da alta costura, quanto para aqueles que conhecem pouco sobre o tema e querem conhecer mais. A revista digital é uma forma de mostrar a moda em seus melhores aspectos, sem limitações. Através de vídeos e trechos importantes de momentos icônicos ocorridos no ano de 2023, e em toda a história da moda, será possível demonstrar visualmente as tendências, os momentos únicos nas passarelas e a tecnologia que está sendo utilizada.

¹“Ready-to-Wear” são peças prontas para uso, feitas para serem usadas na rotina da sociedade desde que saem da passarela; “Haute-Couture” é “Alta-Costura” e são peças mais artísticas, a criatividade é 100% liberada e as emoções expressadas. Na questão da Alta-Costura, as peças normalmente não são incorporadas no dia a dia da sociedade e podem ser julgadas ou debatidas nas redes sociais com mais frequência.

3.2 PÚBLICO-ALVO

A revista “YEARLY” tem como foco pessoas que já acompanham outros veículos de moda, mas têm interesse em discussões pontuais sobre o tema de maneira recapitulada e em forma de retrospectiva. Essas pessoas podem ser apenas leitores ou indivíduos que trabalham com a moda, será voltado à todos que tiverem interesse na visão panorâmica.

O público que consome conteúdos de moda não é unicamente o público que trabalha com moda, mas composto por pessoas que têm um relacionamento mais próximo e são mais engajadas com o assunto. Apreciando ou trabalhando de maneira ativa nesse mercado, a maioria da população ainda consome roupas, calçados e acessórios com mais frequência, de vez em quando até de maneira inconsciente.

O consumo de moda como algo inconsciente é mais comum do que imaginamos, nem sempre analisamos exatamente o que vamos usar em um contexto histórico, marca e combinações elaboradas, mas temos nossos estilos preferidos e tendências que seguimos quase sem querer, construindo um interesse inconsciente. Com isso, ao criar conteúdo do mundo da moda, é possível atingir um público maior do que se imagina de início, especialmente ao mostrarmos para esse público que eles já consomem o assunto, sem saber. Em 2022, foram movimentados mais de 1,84 milhões de dólares no mundo da moda e a previsão é de quase 1,96 milhões para 2023¹. Logo, moda é algo muito consumido. Hoje, segundo pesquisa do Google², estima-se que o varejo de moda movimenta 150 bilhões de reais no mundo. Nesse universo sem fronteiras que é a internet, 58% dos e-consumidores de moda são mulheres e, desse número, 63% têm entre 25 e 44 anos. O item mais vendido são as roupas (73%), seguido por calçados (67%), acessórios (63%) e bolsas (50%). Apesar do público feminino ser maioria, os homens têm tíquete médio maior. Ou seja, eles compram menos, mas gastam mais.

¹Disponível em: <https://thefashionfrill.com/fashion/top-fashion-magazines/> acesso em 11/03

²Disponível em: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics> acesso em 14/03

3.3 DESIGN, NOME E MARCA

O nome escolhido remete à passagem de ano e à pronúncia da palavra americana “earlier” que significa algo que aconteceu anteriormente. A fonte sóbria, pouco uso de cor, tudo foi escolhida de maneira intencional e explicada ao longo da apresentação da marca.

O site foi criado através do Canva e as imagens foram escolhidas de maneiras diversas: para a capa da revista e para textos de coluna e artigo usei imagens editoriais e

compartilhadas pelos próprios usuários para uso no pinterest. Na questão de entrevista, reportagens e até uma das crônicas, usei imagens autorais.

Apresentação da marca



Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Identidade Visual



Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Quem inspira a marca Yearly

Quem nos inspira

YVES SAINT LAURENT → SAINT LAURENT

BALENCIAGA → BALENCIAGA

BURBERRY → BURBERRY
London, England LONDON ENGLAND

Berluti → BERLUTI
Paris PARIS

BALMAIN → BALMAIN
PARIS PARIS

VOGUE marie claire

FASHION E L L E

AD BOH CHICAGO AGENT CHICAGO COASTAL LIVING

DECOR HouseBeautiful INTERIOR DESIGN luxe

METROPOLIS Interiors LIVING TRADITIONAL HOME VERANDA

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Logo

Logo

O logo é um dos principais elementos do sistema de identidade visual.

Ele tem a função de sintetizar as características e conceitos da marca em um desenho gráfico, expressando seus diferenciais e ajudando na identificação da mesma, distinguindo-a perante as demais.



Logo principal
Versão colorida vertical

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

A versão acima da logo é a nossa logo mais usada, a versão padrão e que representa a sobriedade da marca com a presença do que é atual. Detalhes interessantes podem ser observados dentro dessas escolhas:

Y associado à taça de martini, traz sofisticação e personifica o sentimento do leitor ao folhear a revista: de estar em um evento de alta sociedade.



Nome claro, minimalista em fonte única. Trás consigo a sofisticação do highfashion mas mantém personalidade

Ponto final significativo para trazer impacto e a personalidade da magazine. Deve ser colorido de acordo com a edição, utilizando a cor Pantone do ano.

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Foram feitas também versões para uso, com e sem o nome americano “magazine” que significa revista. Além disso, identifica-se a necessidade de uma logo reduzida para aplicação mais fácil e marcante, para que os leitores batam o olho apenas na letra “Y” na tipografia escolhida e reconheçam a marca.

Versões logo Yearly

Versões do Logo

O logo possui variações para diferentes ocasiões. Dependendo do contexto ele pode ser assinado com ou sem descritivo

O uso predominante é da versão com descritivo de serviço. Mas para ocasiões onde a marca já é conhecida é permitido o uso da versão sem descritivo

Para reduções muito menores como: favicon, avatar de redes sociais e relativos, a versão adequada para tais tipos de aplicação é o Símbolo



Logo horizontal - **versão principal**

Logo com descritivo

Logo vertical

Símbolo

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Versões anuais logo

Versões do Logo



2023

2024

2022

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

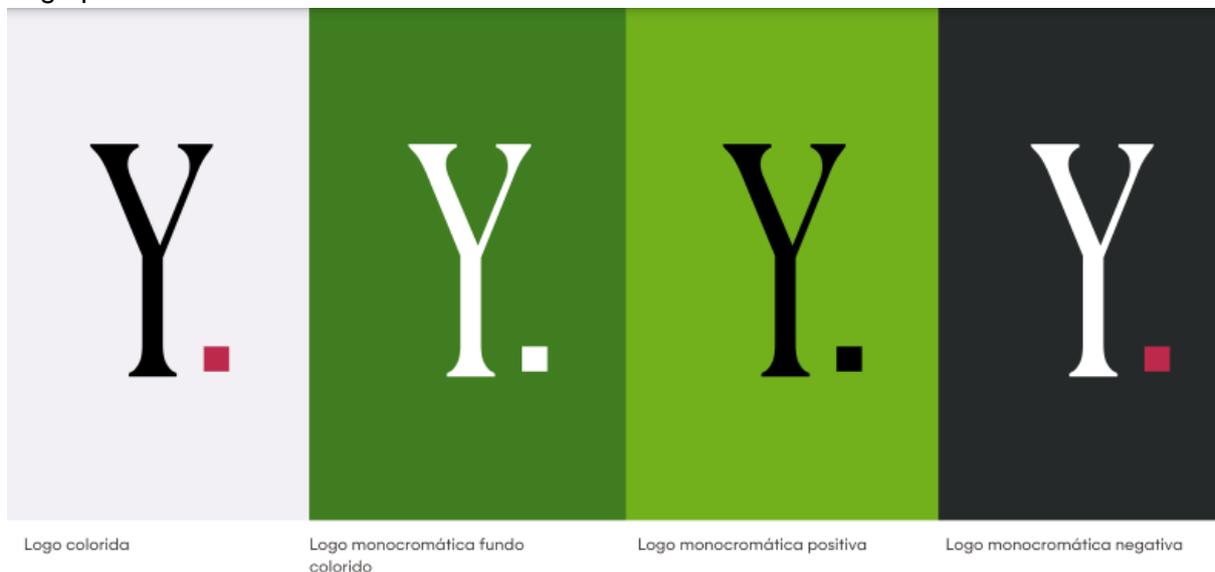
Marca em paleta



Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Logo paleta



Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

A paleta foi escolhida destacando cores que normalmente são escolhidas para o ramo da revista por serem cores sóbrias e de fácil visualização, que ajustam à leitura e que combinam com diversas fotos e aplicações. Na nossa paleta, cores como o verde e o rosa magenta foram escolhidas para diferenciação da marca de outras, cores que chamam atenção, combinam entre si e ficam bem em detalhes.

Paleta da marca Yearly

Paleta da marca



Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Tipografia Yearly

Tipografia

A tipografia tem papel fundamental na construção da nossa identidade visual. Ela estabelece ordem e dá forma a nossa comunicação. Nossa tipografia institucional é a Garet nas suas versões Bold e Regular (para títulos e subtítulos) e a Montserrat (para texto corrido e descritivo).

PERANDORY CONDENSED Prata

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
12345678#@

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
12345678#@

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Tipografia auxiliar e aplicada

Tipografia Auxiliar

LEAGUE SPARTAN Montsserrat

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
12345678#@

abcdefghijkl
12345678#@

Fonte: Mariana Prudente designer - Disponível em:

https://www.canva.com/design/DAF0VPrsUZ4/K8MuQ9nX1BsSFibd6FidrQ/edit?utm_content=DAF0VPrsUZ4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

3.4 PROJETO EDITORIAL

O projeto editorial da revista possui temas como sustentabilidade, criatividade, crônicasocionantes, entrevistas e muito mais, sempre com abordagem voltada para a moda e com impacto no ano de 2023.

TABELA DE ORGANIZAÇÃO EDITORIAL

Temáticas	Gênero	Fontes	Multimídia
Moda e criatividade: a expressão individual nos shows	Reportagem	Carla Nascimento, professora de moda da UEG Reportagem Gabriel Monteiro Elle Brasil https://elle.com.br/podcasts/os-festivais-de-musica-e-a-moda	.
Pessoas que ditam e guiam a minha moda, e a sua?	Coluna		https://br.pinterest.com/pin/472103973452329853/ https://br.pinterest.com/pin/4151824648846087/ https://br.pinterest.com/pin/281543720838884/ https://br.pinterest.com/pin/463730092891145623/ https://br.pinterest.com/pin/8233211823866236/ https://br.pinterest.com/pin/957366833273180703/
O paparazzi do povo	Entrevista	Johnny Cirillo, fotógrafo	Mídias disponíveis em: https://www.instagram.com/watchingnewyork/
Moda nos Filmes: a expressão fashion nas telonas	Coluna		https://blog.pajaris.com.br/filmes-para-quem-ama-moda/ https://br.pinterest.com/pin/1034279870653765566/

Temáticas	Gênero	Fontes	Multimídia
			https://x.com/ZAMENZ/status/1542712877949353985?s=20 https://br.pinterest.com/pin/281543719074137/ https://br.pinterest.com/pin/124904589657821086/ https://br.pinterest.com/pin/1407443625350834/ https://br.pinterest.com/pin/421157002663039826/ https://br.pinterest.com/pin/8866530507007461/
Sustentabilidade na moda - um compromisso que pode se tornar tendência	Reportagem	<p>Tatiane Almeida, designer autônoma e na empresa TXC</p> <p>Maresa Tamar, dona de ateliê especializado em moda para noivas</p>	
Modaativismo	Artigo	Palestra do evento Amarê - Carol Barreto, Designer de Moda, Docente e Membro de Colegiado do Bacharelado em Estudos de Gênero e Diversidade da Universidade Federal da Bahia	
Moda em livros	Coluna	O grande Gatsby (F. Scott Fitzgerald)	
Moda e tecnologia	Artigo	Palestra Amarê: Lucas Leão, estilista	
Convites inusitados e únicos	Coluna	https://glamour.globo.com/moda/noticia/2023/02	https://likemagazine.com.br/variedades/confira

Temáticas	Gênero	Fontes	Multimídia
		/grife-francesa-jacquemus-envia-convite-comestivel-para-convidados-e-viraliza.ghtml	-alguns-convites-inusitados-para-desfiles-de-moda/ https://gshow.globo.com/moda-e-beleza/noticia/camisinha-cadeira-e-celular-quebrado-veja-os-mais-inusitados-convites-para-desfiles.ghtml
A moda nos desenhos animados - vestindo a infância e a imaginação		https://m.facebook.com/MonopolioDisney/photos/a.135420920452344/1046337786027315/	https://br.pinterest.com/pin/633037291385785508/ https://in.pinterest.com/pin/339599628159790370/ https://cedars.cedarville.edu/2023/04/barbie-life-in-the-dreamhouse-is-the-greatest-television-event-of-our-decade/
A primeira vez	Crônica narrativa		Autorais - Larissa Campos
Moda como espetáculo	Artigo		https://www.youtube.com/watch?v=C044knrrbSw&ab_channel=%C3%A0lamode https://avavav.com/ https://www.youtube.com/watch?v=jbJPh7yTL0o&ab_channel=Josipeu https://fashion.jeanpaulgaultier.com/en/hautecouture/ss23
Brilho efêmero	Crônica narrativa		https://br.freepik.com/fotos-gratis/duas-jovens-olhando-para-o-reflexo-sorrindo-gerado-pela-ia_47184918.htm#query=espelho%20reflexo%20modelo&position=5&from_view=search&track=ais&uuiid=7090fbca-

Temáticas	Gênero	Fontes	Multimídia
			b269-4bbe-8c77-032eb2bc830f">Image m de vecstock
O aguardado comeback da Victoria's Secret	Artigo	https://www.refinery29.com/en-us/2023/09/11538506/victorias-secret-the-tour-premiere https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a36766170/victorias-secret-getting-rid-of-angels-launching-the-vs-collective/	https://wwd.com/pop-culture/new-fashion-releases/gallery/victorias-secret-the-icons-collection-photos-1235765020/ https://www.marieclaire.com/celebrity/bella-hadid-VS-collective-2021 https://graziomagazine.com/articles/hailey-bieber-victorias-secret-collective/ https://wwd.com/feature/naomi-osaka-vs-collective-victorias-secret-1234997051/

Fonte: a autora

No total, foram produzidas 13 matérias, entre essas, quatro artigos, quatro colunas, duas crônicas, duas reportagens e uma entrevista. O material foi publicado em duas línguas, português e inglês, para atingir o público brasileiro que tem interesse relevante na moda e alcançar a linguagem universal, visto que a revista aborda o cenário mundial no nicho da moda.

3.5 DIVULGAÇÃO

Entende-se a extrema necessidade de divulgar no meio on-line, considerando o maior alcance para atingir falantes tanto da língua portuguesa quanto do inglês, e especialmente por ser um produto de cunho online, que deve ser divulgado no meio digital. Para que pessoas do nicho da moda, do jornalismo, da administração e quaisquer ramos interessados sejam atingidos também, serão colados panfletos para escaneamento de QR Code que leve à conta de Instagram, esses estarão nos prédios das faculdades PUC e UFG que encontram esses cursos.

Logo, a revista será divulgada no Instagram, com contagem regressiva e informações relevantes sobre a revista e o processo de criação por trás, previamente postadas até o dia de

lançamento/apresentação.É necessário trabalhar essa rede social de maneira atrativa e que também conte a história e crie expectativas para a visualização do produto final.

3.6 MEMORIAL

Ao olhar para trás nesta jornada intensa, me orgulho não só do trabalho que estou entregando, mas da força de vontade e das adversidades superadas para que isso fosse possível. O tempo era um bem escasso, porém essa revista sempre foi um sonho. Desde que entrei na faculdade a idealizei como algo a ser alcançado e entregar algo que fiz com carinho e paixão é um último suspiro de alívio nessa fase de jornada de graduação.

Cada madrugada sacrificada, cada dúvida de decisões que tive que tomar sozinha ou com a ajuda da minha querida orientadora, me fortaleceram e me tornaram pronta para novos desafios. O amadurecimento de fazer escolhas, abdicar aquilo que não daria tempo e focar no que realmente era importante, me mudou como pessoa e acadêmica. Fazer esse trabalho sozinha foi um dos maiores desafios, a rotina complexa e os dias de exaustão não serão esquecidos, assim como aqueles que me ajudaram nessa caminhada, em especial a minha mãe.

A paixão pelo meu trabalho iluminou consideravelmente esse caminho, foi um processo cansativo entre compromissos diários, dar aula de inglês , meu trabalho em tempo integral, a segunda faculdade (graduação em marketing), mas me orgulho de ter dado meu melhor em todas essas áreas. Paixões essas que também fui descobrindo ao longo da jornada. Uma menção importante à Carol Goos, que me mostrou a beleza da crônica, que me mostrou as expressões na palavras de uma forma que eu não conhecia! Hoje, a crônica é parte indispensável da jornalista que me torno.

Esse memorial é um registro de realizações, uma lembrança de que me deixei orgulhosa e que fiz o que pude, também um testemunho do poder que reside na resiliência, na paixão e na capacidade de encontrar alegria mesmo nas adversidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi produzir uma revista digital para informar e refletir sobre moda de forma ampla. Dessa maneira, as pautas incluíram desde a moda que sai das passarelas até a moda capaz de transcender o uso diário e ser apreciada de forma artística.

O processo de criação envolveu todas as etapas de produção jornalística: apuração, seleção de dados, redação, edição e revisão, bem como o planejamento e criação do site.

A revista "YEARLY: retrospectiva fashion" abordou temáticas do ano de 2023 e possui 13 matérias, entre essas, quatro artigos, quatro colunas, duas crônicas, duas reportagens e uma entrevista. O material foi produzido em duas línguas, português e inglês. A proposta é a reflexão além da retrospectiva, para que os leitores entendam a moda de 2023 e criem também a expectativa para moda de 2024.

REFERÊNCIAS

DOS SANTOS Gonzalez, L.; POLICENO DOS SANTOS, M. A REVISTA NA ERA DIGITAL: PARADIGMAS E FORMATOS. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/download/205574/190676/603012> Acesso em: 23 ago. 2023.

MELO, José Marques de. Jornalismo Opinativo: teoria e técnica do editorial. São Paulo: Editora Ática, 1994.

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-26012015-130417/en.php>

O luxo e a alta-costura: uma análise semiótica

NATANSOHN, G. Jornalismo de revista em redes digitais. Disponível em: — acesso em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/16777/1/jornalismo-de-revista-em-redes-digitais.pdf> 07/03/2023.

NATANSOHN, G; CUNHA, R; BARROS, S; SILVA, T. Revistas On-line do papel às telinhas. In: NATANSOHN, G. Jornalismo de revista em redes digitais. Disponível em: — acesso em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/16777/1/jornalismo-de-revista-em-redes-digitais.pdf> 07/03/2023.

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo (SP): Contexto, 2004.

TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. A Revista e seu Jornalismo, 2013.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. Florianópolis: Insular, 2005.

ROSA, Amanda. et al. QUEM SÃO AS MULHERES EM CLAUDIA? Florianópolis, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/203151/TCC_pdfa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 27 nov. 2023.

REZENDE CARVALHO, P. A cultura de consumo nos blogs de moda: representações, participação e vínculos. Disponível <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-20022015-184006/publico/CARVALHOPR2015.pdf> Acesso em: 27 nov. 2023.

PORTER, Mark. Show, don't tell. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/12680/9387>. Acesso em: 23 ago. 2023. Acesso em: 23 ago. 2023.

ULIANA CALZA, M. A Identidade Visual no Projeto Gráfico de revistas de moda. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/115890/000965592.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2023.

APÊNDICE - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO NO RAG

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante **Larissa Campos de Melo** do Curso de Jornalismo ,matrícula 20201012700622, telefone: 62 981096876 e-mail larisscamposs@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado

Revista YEAR : 11mo. volume, produção, Goiânia de 2023

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 10 de novembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): govbr

Documento assinado digitalmente
LARISSA CAMPOS DE MELO
Data: 10/11/2023 17:34:07 -0500
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Nome completo do autor: Larissa Campos de Melo

Assinatura do professor-orientador: *Gabriella Buccianni M.S. Calça*

Nome completo do professor-orientador: *Gabriella Buccianni M.S. Calça*