



## **Revista Blah! Converse Moda<sup>1</sup>**

Lívia Dâmaso ROCHA<sup>2</sup>

Carla Maria Camargos MENDONÇA<sup>3</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

### **RESUMO**

A revista *Blah! Converse Moda* foi criada e desenvolvida para atender as necessidades da jovem mulher mineira que se interessa pelo mundo da moda. Com uma diagramação moderna e com textos explicativos, a revista pretende preencher uma lacuna no mercado, trazendo a moda para a realidade de mulheres entre 20 e 30 anos. As alunas integrantes do curso de jornalismo do Centro Universitário Newton Paiva tiveram participação ativa na produção da revista, desde as pesquisas, apurações, editorial de moda e a redação das matérias, além de participarem da diagramação, que contou com a coloraboração do Cristiano Bueno, diagramador.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; moda; mulher; jornalismo.

### **INTRODUÇÃO**

*Blah! Converse Moda* foi idealizada por alunas do curso de jornalismo, que assim como o público-alvo da revista são jovens mulheres que sentiam falta de mais informações práticas e aplicáveis sobre moda. Por meio dessas necessidades foi criada a revista que tem publicação bimestral, direcionada para mulheres mineiras que sofrem influências diárias do universo da moda e buscam entender seus significados para aplicá-los de forma correta em suas roupas e/ou personalidade.

### **2 OBJETIVO**

A *Blah! Converse Moda* é um produto que pretende descentralizar as informações de moda do eixo Rio - São Paulo, trazendo para as mineiras o mesmo tipo de informação,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Expocom 2010, na categoria Revista Laboratório Impressa Conjunto/Série, modalidade Jornalismo.

<sup>2</sup> Estudante do 8º. Semestre do curso de Jornalismo, e-mail: livia\_damaso@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, e-mail: cmcmendonca@uol.com.br.



potencializando futuramente, o mercado da moda no estado para debater os assuntos regionais igualmente importantes. O produto contribui ainda para a ampliação da cultura em Minas Gerais e do mercado, além de abordar matérias interessantes, dicas de como se vestir, onde comprar e outras orientações sobre o tema. É importante também para as alunas que produziram a revista, pois estas tiveram a oportunidade de entrar em contato com o mercado de trabalho do jornalismo, e seus temas se aproximam muito das grandes revistas, diferenciando-se apenas da forma como são expostos e abordados. É, ainda, uma forma de mostrar um campo do jornalismo de grande relevância, mas pouco valorizado — o jornalismo feminino.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A revista *Blah! Converse moda* é um diferencial das que existem no mercado, pois seu conteúdo é focado no público feminino de Minas, mas especificamente de Belo Horizonte, com reportagens e dicas para inserir a moda de forma simplificada no cotidiano dessas mulheres. Além de ser um produto que tem participação direta de estudantes de jornalismo que participaram do processo completo da criação da revista.

Por meio dessa participação, a revista ganhou uma forma inovadora ao tratar assuntos que são de interesse do público feminino, apesar da variedade de revistas femininas que falam de moda, principalmente as publicadas pela Editoras Abril e Globo — *Nova*, *Marie Claire*, *Gloss* e *Estilo* — mulheres com idade entre 20 e 30 anos, ficam à margem por não obter informações que sejam verdadeiramente úteis e aplicáveis. E é essa lacuna, no que se refere a um material que trata de moda de forma acessível, que a *Blah! Converse Moda* pretende preencher. Um novo produto que atenda estas expectativas de forma simples e ao mesmo tempo abrangente.

Portanto, a revista participa da EXPOCOM para mostrar à comunidade acadêmica uma revista de moda, seguimento importante na área do jornalismo feminino, produzida por uma nova geração de jornalistas, ou seja, com idéias novas e dinâmicas concorrendo com o competitivo mercado de revistas femininas.



#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

As alunas responsáveis pela produção da *Blah! Converse Moda*, foram orientados pela Doutoranda em moda Carla Mendonça, que teve papel fundamental no processo de pesquisa, elaboração de pautas, na produção do editorial de moda e na correção dos textos. Já a equipe responsável pela diagramação ficou a cargo do diagramador Cristiano Bueno.

O procedimento da criação de pautas é a mesmo realizado nas grandes revistas. A equipe se reúne com a orientadora para avaliação dos temas e, após tudo decidido, define-se o deadline. Então, a orientadora revisa as matérias que, por fim, serão repassadas ao diagramador.

No curso de jornalismo do Centro Universitário Newton Paiva houve a disponibilização de ferramentas adequadas para que as alunas pudessem produzir a publicação — de gravadores digitais a máquinas fotográficas, além de computadores equipados com modernos programas que ajudam na hora de escrever os textos, tratar fotos e diagramar.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A revista proposta por este projeto está no formato padrão, com 27,5 centímetros de altura por 20 centímetros de comprimento, possui cerca de setenta páginas e foi impressa em papel couché brilho L2, 90g/m<sup>2</sup>. O papel, que é revestido com uma camada de tina couché, é recomendado para trabalhos em que se pede excelente contraste de impressão e ótimo resultado gráfico, como é o caso da *Blah! Converse moda*, que tem diagramação limpa e se utiliza de muitos recursos visuais como fotografias e anúncios de página inteira.

Assim surgiu o projeto gráfico da revista *Blah! Converse moda*, que foi baseado em dois pilares: clareza e limpeza das informações mais densas (textos, boxes, diagramas, etc.) e na construção de ilustrações vivas e bem humoradas, que não só servissem de moldura para as informações principais, mas que ajudassem a agregar sentido a partir da abrangência da matéria, sem perder o foco no público e na linguagem jovem.



A periodicidade da revista é bimensal para que possamos acompanhar e informar as tendências de cada estação. A revista *Blah! Converse moda* possui tiragem de dez mil exemplares e estará disponível em feiras populares, shoppings, lojas de departamento, faculdades, lojas de bairros e no centro da cidade, por onde as leitoras também circularão.

O produto tem ainda grande visibilidade por conter seções fixas como a Cabeleira, Make Up Nossa de Cada Dia, Variedades da Estação, Achei na Feira, Editorial de Moda, Inove, Renove, Dobre e Costure e a seção Eu tenho, além de diversas matérias que abrangem o cenário de moda em Minas Gerais e em Belo Horizonte. Além disso, duas colaboradoras fixas escrevem para a revista, entre elas, a jornalista Carla Mendonça, doutoranda em Moda, e Isabela Grecco, jornalista e editora-chefe da Revista Star.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A *Blah! Converse Moda* tem o objetivo de se comunicar com as mulheres mineiras, mostrando todas as facetas do mundo da moda. Essa importante tarefa ficou a cargo das alunas e idealizadoras do produto, do Centro Universitário Newton Paiva, o que possibilita que as estudantes de jornalismo cheguem ao mercado profissional com maiores chances de ingresso e, com a certeza, aptas a desenvolver um bom trabalho, com ética e respeito aos leitores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Editora Ática, 1993, 96 p.

BRAGA, João. **Reflexo sobre a moda**. São Paulo: Editora Anhembi São Paulo, 2005, 112p.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Editora Annablume, 2003, 146p.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Jornalismo de moda: Crítica, feminilidade e arte**. Cruz das Almas: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2007, 8p.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda? Como a criamos, por que a seguimos**. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2005, 257p.



GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. **Moda é comunicação: experiência, memórias, vínculos.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005, 128p.

KALIL, Glória. **Chic: Um guia básico de moda e estilo.** São Paulo: SENAC, 1997, 246p.

KASZNAR, Marta; DWEYR, Daniela. **As engrenagens da moda.** Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2001, 64p.

MENDONÇA, Carla Maria Camargos; VAZ, Paulo Bernardo Ferreira. **Ver com os olhos e lamber com a testa: a experiência estética em Vogue América.** Natal: Intercom, 2008, 14p.

MENDONÇA, Carla Maria Camargos. **Dois lados de uma sugestão: o corpo feminino na revista Vogue. 2008.**

MESQUITA, Cristiane. **Moda contemporânea quatro ou cinco conexões possíveis.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004, 128p.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revista. A segmentação da cultura no século XX.** São Paulo: Olho d'Água/ FAPESPE, 2001.

MONTEIRO, Gilson. **Metalinguagem das Roupas.** 1997. Disponível em: [http://www.bocc.ubi.pt/\\_listas/tematica.php?codtema=32](http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=32)> acesso em 10.out. 2008.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Editora Contexto, 2006, 111p.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo Magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus, 1996, 129p.

WERNECK, Humberto. **A revista no Brasil.** São Paulo: Editora Abril, 2000, 250p.

Marie Claire. São Paulo: Editora Abril, 2008 -

Elle. São Paulo: Editora Abril, 2008 -

Revista Estilo. São Paulo: Editora Abril, 2008 -

Vogue. São Paulo: Carta Editorial, 2008 -



Gloss. São Paulo: Editora Abril, 2008 -

BIBLIOTECA “Newton Paiva”. Desenvolvido por Núcleo de Informática, 2001. Apresenta produtos e serviços oferecidos pelo Núcleo de Bibliotecas da Newton Paiva. Disponível em: <[www.newtonpaiva.br/biblioteca](http://www.newtonpaiva.br/biblioteca)>. Acesso em: 26 set. 2007.

EDITORIA ABRIL. **Perguntas Frequentes sobre a Gráfica Abril**. Atualizado em outubro de 2006. Disponível em [www.abril.com.br/arquivo/QAGRAFICA.pdf](http://www.abril.com.br/arquivo/QAGRAFICA.pdf). Acesso em: 1 nov. 2008.

WIKIPEDIA. **(Nova) Revista**. Atualizado em 21 de Julho de 2008. Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Revista\\_Nova](http://pt.wikipedia.org/wiki/Revista_Nova). Acesso em: 4 nov. 2008

VEJA.COM. **Saiu lá, multiplicou aqui**. 28 de novembro de 2006. disponível em: <[http://veja.abril.com.br/281107/p\\_076.shtml](http://veja.abril.com.br/281107/p_076.shtml)>. Acesso em: 02 dez. 2008.

FASHION BUBBLES. **Lojas brasileiras adotam fast fashion criado na Europa**. Fevereiro de 2007. Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/2007/lojas-brasileiras-adotam-%E2%80%9Cfast-fashion%E2%80%9D-criado-na-europa>> Acesso em: 02 dez. 2008.

RETRÓS. **História da moda em Belo Horizonte**. 22 de junho de 2007. disponível em: <[http://www.girafa.org/lab/index.php?title=Hist%C3%B3ria\\_da\\_moda\\_em\\_Belo\\_Horizonte\\_-\\_22/06/2007](http://www.girafa.org/lab/index.php?title=Hist%C3%B3ria_da_moda_em_Belo_Horizonte_-_22/06/2007)> Acesso em: 28 nov. 2008

MENDONÇA, Carla Maria. Jornalista. Belo Horizonte: Centro Universitário Newton Paiva, 2008. Entrevista concedida à Emiliene Santos.