



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

Juliana Jacinto Teixeira

Priti: Projeto gráfico-editorial e produção de revista digital

Florianópolis

Fevereiro de 2022

Juliana Jacinto Teixeira

Priti: projeto gráfico-editorial e produção de revista digital

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo, do Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: **Ildo Francisco Golfetto**

Florianópolis

Fevereiro de 2022

FICHA DO TCC – JORNALISMO UFSC		
ANO	2022	
ALUNA	Juliana Jacinto Teixeira	
TÍTULO	Priti: Projeto Gráfico-Editorial de Revista Digital	
ORIENTADOR	Ildo Francisco Golfetto	
MÍDIA	<input type="checkbox"/> Impresso	
	<input type="checkbox"/> Rádio	
	<input type="checkbox"/> TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/> Foto	
	<input type="checkbox"/> Website	
	<input checked="" type="checkbox"/> Digital	
CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/> Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/> Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
	<input checked="" type="checkbox"/> Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração: Brasil
	<input type="checkbox"/> Reportagem	
ÁREAS	Edição Digital de Revista. Jornalismo. Beleza.Cuidado com a pele.	
RESUMO	<p>Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo desenvolver o projeto gráfico editorial de uma edição digital de revista sobre cuidados com a pele e beleza, voltada majoritariamente para os públicos feminino e pessoas LGBTQIA+.</p> <p>Abarcando diferentes aspectos da produção jornalística, a revista foi elaborada buscando facilitar o entendimento do leitor sobre técnicas e especificidades ligadas ao <i>skincare</i>, trasladando conteúdos complexos – geralmente restritos a profissionais da área – para informações simples e didáticas. O produto final será apresentado na forma de edição de revista digital de revista.</p>	

Juliana Jacinto Teixeira

Priti: Projeto Gráfico-Editorial de Revista Digital

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 21 de Julho de 2022.

Prof^a. Valentina da Silva Nunes
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Ildo Francisco Golfetto
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Valentina da Silva Nunes
Avaliadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino
Avaliadora
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a minha mãe, melhor amiga e companheira que eu poderia ter na vida, por toda a inspiração, suporte e amor que me transformaram na pessoa que eu sou hoje. Não existe eu sem você e espero um dia me tornar metade da mulher incrível que você é.

Agradeço ao meu queridíssimo professor e orientador, Ildo Francisco Golfetto, por sempre me incentivar e acompanhar durante toda a graduação. Sem você, eu não teria descoberto a minha vocação para a diagramação e nem a minha paixão por Design. Por ser o meu porto seguro na Universidade e um pontinho de luz na minha vida, eu sou extremamente grata.

Agradeço também à minha banca maravilhosa, composta por duas professoras incríveis que marcaram minha trajetória no curso e serviram de base para a idealização e desenvolvimento deste trabalho. Vou guardar vocês com muito carinho no meu coração.

Por fim, agradeço à minha vózinha, que lá do céu continua olhando por mim e não me deixou desistir mesmo nos momentos mais difíceis. O canto do bem-te-vi que a senhora sempre colocava na minha janela me deu forças para chegar até aqui. Te amo além da vida, com todo o meu ser.

That's the chip on my shoulder (Essa é a lasca nos meus ombros)
I hugged my mom and told her (Eu abracei minha mãe e lhe disse)
With the chance I've been given (Com a chance que me foi dada)
*I'm gonna be driven as hell (Eu vou ser motivado para c*****)*

Legally Blonde The musical, Chip On My Shoulder (2007)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo desenvolver o projeto gráfico editorial de uma edição digital de revista sobre cuidados com a pele e beleza, voltada majoritariamente para os públicos feminino e pessoas LGBTQIA+. Abarcando diferentes aspectos da produção jornalística, a revista foi elaborada buscando facilitar o entendimento do leitor sobre técnicas e especificidades ligadas ao skincare, trasladando conteúdos complexos – geralmente restritos a profissionais da área – para informações simples e didáticas. O produto final será apresentado na forma de edição de revista digital de revista.

Palavras-chave: Edição Digital de Revista; Jornalismo; Beleza; Cuidado com a pele.

ABSTRACT

This paper aims to develop the editorial graphic project of a digital edition of a magazine about skincare and beauty, aimed mainly at the female audience and the LGBTQIA+ community. Covering different aspects of journalistic production, the magazine was designed to facilitate the reader's understanding of techniques and specificities related to skincare, translating complex contents - generally restricted to professionals of the area - to simple and didactic manner. The final product will be presented in the form of a digital magazine issue.

Keywords: Magazine Digital Edition; Journalism; Beauty; Self Care; Skincare.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Painel Semântico para a revista Priti

Figura 2 – Capas da revista Beleza atual

Figura 3 – Capas da revista Bonizine

Figura 4 – Estilos da fonte Aleo

Figura 5 – Estilos da fonte Poppins

Figura 6 – Fonte Brilliance Signature

Figura 7 – Paleta cromática da revista

Figura 8 – Cores designadas para cada seção

Figura 9 – Valores das margens da revista

Figura 10 – Aplicação de margens, guias e colunas

Figura 11 – Aplicação de grid

Figura 12 – Logotipo da revista

Figura 13 – Plotagem de logotipo sobre cores

Figura 14 – Plotagem de logotipo sobre imagem

Figura 15 – Exemplo de diagramação de página capitular

Figura 16 – Exemplo de diagramação de fotografias das entrevistadas

Figura 17 – Exemplo de aplicação de infografia

Figura 18 – Exemplo de diagramação de título de reportagem

Figura 19 – Exemplo de aplicação de *QR codes*

Figura 20 – Exemplo de aplicação de *hiperlinks*

Figura 21 – Visualização da revista na plataforma Issuu

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Análise da concorrente *Beleza Atual*

Quadro 2 – Análise da concorrente *Bonizine*

Tabela 1 – Custo estimado do Trabalho de Conclusão de Curso

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CNI – Confederação Nacional da Indústria

OFL – *Open Font License*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Justificativa	15
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo Geral	16
1.2.2 Objetivos específicos	17
2. PROJETO GRÁFICO EDITORIAL	18
2.1 Perfil Editorial	18
2.1.1 Apresentação	18
2.1.2 Público-alvo	18
2.1.3 Personas	18
2.1.4 Painel semântico	21
2.1.5 Conteúdo Editorial	22
2.2 Pesquisa Editorial	23
2.2.1 Revista Beleza Atual	24
2.2.2 Bonizine	28
2.3 Projeto Gráfico	30
2.3.1 Informações gerais	30
2.3.2 Estilos tipográficos	32
2.3.2 Código cromático	34
2.3.4 Grid	36
2.3.5 Logotipo	38

3. DESENVOLVIMENTO	40
3.1 Etapas	40
3.1.1 Segmento, pesquisa de público-alvo e personas	40
3.1.2 Seções	40
3.1.3 Pautas	41
3.1.4 Apuração e produção das reportagens	45
3.1.5 Diagramação e Finalização	46
3.1.6 Interatividade	48
3.1.7 Veiculação	49
4. RECURSOS	51
5. CONCLUSÃO	53
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
7. ANEXOS	56
Anexo A – Pesquisa de público-alvo	56
Anexo B – Pesquisa de personas	62
Anexo C – Termo de Aceite do Orientador	68
Anexo D – Declaração de Autoria e Originalidade	69

1. INTRODUÇÃO

Durante a pandemia da Covid-19, diversos setores da indústria brasileira apresentaram subdesenvolvimento em consequência do isolamento social realizado para conter a transmissão do vírus. Em março de 2020, com a primeira quarentena decretada no país, foi registrada queda geral de 9% na produção industrial e, em abril, esse percentual chegou a 19,8%, de acordo com a Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2020). Na contramão dessa tendência, os fabricantes brasileiros de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC) registraram crescimento de 2,2% no ano de 2020 (ABIHPEC, p.5, 2021). No mesmo ano, o mercado consumidor brasileiro gastou mais de US\$23,7 bilhões em produtos HPPC, sendo considerado o quarto maior mercado consumidor da categoria no *ranking* mundial, ficando atrás apenas de Estados Unidos, China e Japão, respectivamente (ABIHPEC, p.6, 2021).

A indústria brasileira de HPPC é responsável pela produção e distribuição de uma imensa gama de produtos. A Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) categoriza seus produtos da seguinte forma:

- Higiene das mãos – sabonetes líquidos e álcool em gel;
- Higiene oral;
- Proteção solar;
- Repelentes para insetos;
- Higiene íntima – fraldas descartáveis, lenços umedecidos, absorventes e papel higiênico;
- Higiene e etiqueta respiratória – lenços de papel;
- Tratamento e limpeza de pele, unhas e cabelos.

Dentre os itens que tiveram aumento na procura durante a pandemia, produtos relacionados ao tratamento e limpeza da pele foram destaque, registrando crescimento de 21,9% nas vendas. Dentro dessa categoria, produtos para o corpo e esfoliantes tiveram aumento de 153,2%, seguidos por máscaras para tratamentos faciais, que tiveram aumento de 91% na procura (ABIHPEC, 2021).

A partir desses dados, é possível perceber a crescente popularidade de produtos de *skincare* entre os consumidores brasileiros. Entretanto, conteúdos jornalísticos relacionados ao tema ainda são escassos e, aqueles que existem, não abordam o tópico com profundidade, optando por abordagens superficiais e pouco educativas. Assim, o resultado aparente, exposto principalmente nas redes sociais, é um público com pouco conhecimento, que se baseia em informações limitadas ou equivocadas, e acaba danificando a própria pele ao tentar reproduzi-las sem orientação médica ou qualquer tipo de instrução precisa.

Contrária a essa corrente, a revista “**Priti: beleza com cuidado**” tem o intuito de combater a desinformação na área e oferecer reportagens que abordem temáticas relevantes para o público interessado em conhecer mais sobre o *skincare*. Para isso, a revista se propõe a descrever os tópicos abordados em suas reportagens com a responsabilidade necessária, trazendo conteúdos técnicos de maneira acessível, tendo dermatologistas, esteticistas e especialistas no setor de HPPC brasileiro como principais fontes de informação.

1.1 Justificativa

A escolha do formato no qual será desenvolvido o trabalho, indo da elaboração do projeto gráfico-editorial, apuração, redação até a edição de uma revista digital, teve como principal influência a proximidade da graduanda com o jornalismo digital, o *design* editorial e a produção gráfica. Buscando demonstrar as habilidades desenvolvidas ao longo dos oito semestres de curso, a graduanda optou pela elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso que abrangesse o melhor de seus conhecimentos adquiridos no decorrer de sua jornada universitária através de um assunto de seu interesse.

Em relação a escolha do tema, o protótipo inicial da revista surgiu durante a disciplina de Empreendedorismo, Inovação e Gestão de Projetos em Jornalismo, em um trabalho em grupo realizado pela graduanda que se propôs a criar uma plataforma educativa sobre cuidados com a pele em formato multimídia e tinha a produção de uma revista mensal como parte de seu projeto.

Ao desenvolver a ideia, foi possível perceber que pautas relacionadas aos cuidados com a pele vem ganhando cada vez mais espaço e popularidade nos últimos anos. Com o isolamento social, decretado em todo o mundo para conter a

pandemia do Novo Coronavírus, o interesse das pessoas em cuidar mais de si aumentou. Em 2020, durante o primeiro ano de pandemia, a procura por produtos de *skincare* aumentou em 21,9% (ABIHPEC, p.7, 2020) e, antes disso, entre 2018 e 2021, 411 novas empresas de HPPC foram registradas na Anvisa, representando um aumento de 14,7% no total de negócios da categoria no país (ABIHPEC, p.13, 2021). Entretanto, mesmo com o aumento do número de interessados em consumir conteúdo sobre o tema, ainda não há um projeto com proposta semelhante à explorada neste trabalho, dedicado a tratar do assunto com responsabilidade em um enfoque voltado a instruir e educar o público. Atualmente, lendo artigos e matérias relacionados ao tema em outras revistas e publicações online, percebe-se que a prioridade dos veículos é proporcionar entretenimento e descontração ao leitor, em detrimento da qualidade da informação.

O formato de revista digital foi escolhido principalmente pela democraticidade e facilidade de acesso oferecidas pelo meio. Quando voltamos o olhar para as mudanças ocorridas nas últimas décadas envolvendo o modo de fazer e consumir jornalismo, é possível perceber a gradativa ascensão dos veículos e plataformas digitais em detrimento dos formatos impressos. Golfetto (2011) explica que “em tempos de acelerada convergência de produtos impressos e seus pares virtuais, a hipermídia implica as empresas de mídia impressa (jornais, revistas, livros, etc.) à adaptação aos avanços tecnológicos” (GOLFETTO, 2011, p.19).

Além disso, outro fator que corrobora para a consolidação do jornalismo digital encontra-se nas infinitas possibilidades de interatividade disponíveis – ao contrário do espaço limitado na mídia impressa –, tornando os conteúdos mais completos, dinâmicos e atrativos ao público. Dessa forma, pensando também na acessibilidade do leitor e na facilidade de divulgação pelo meio online, o produto deste projeto foi definido como uma revista digital interativa.

Dessa forma, é possível considerar que a relevância deste projeto demonstra-se tanto na medida em que ele dispõe a trazer outro enfoque na maneira de se produzir o jornalismo da beleza como também experimentar as possibilidades de interatividade digital e produção gráfica-editorial.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver o projeto gráfico-editorial de uma edição digital de revista sobre beleza e cuidados com a pele – *skincare*.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Estabelecer os fundamentos teóricos necessários para a abordagem e melhor desenvolvimento do tema;
- Desenhar e validar o público-alvo e as personas mais pertinentes ao produto gráfico-editorial;
- Pautar, apurar, redigir e editar conteúdos relacionados aos interesses demonstrados pelo público-alvo em relação ao tema;
- Editorar os conteúdos produzidos em peça gráfica com identidade visual própria, elaborada para o formato digital.

2. DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO EDITORIAL

2.1 Perfil Editorial

2.1.1 Apresentação

A revista *Priti: beleza com cuidado* tem como objetivo informar seu público de maneira acessível e didática sobre questões relacionadas aos cuidados com a pele do corpo e do rosto, assim como também incentivar o autocuidado na rotina de seus leitores. Seu nome, *Priti*, é uma adaptação da palavra em inglês *pretty*, que em tradução livre significa *bonito(a)*.

O produto final é uma revista de 28 páginas em formato digital, dividida em quatro seções e trazendo conteúdos definidos como mais relevantes e interessantes para o público-alvo.

2.1.2 Público-alvo

A partir da pesquisa desenvolvida nas etapas iniciais do projeto, o público-alvo da revista *Priti* foi definido como: mulheres e pessoas LGBTQIA+; entre 18 e 55 anos; com ensino médio completo, graduação ou pós-graduação em andamento ou finalizadas; classes C e D, com renda de dois a dez salários mínimos, de acordo com os parâmetros do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); solteiros e sem filhos; que se informam principalmente pela internet e redes sociais e acessam a internet através de computador ou *smartphone*; interessados principalmente em cultura, saúde e bem-estar, culinária e política.

2.1.3 Personas

Persona 1

Mariana Macedo, de 22 anos, paulistana, se identifica como uma mulher cisgênero, branca, heterossexual e atualmente cursa Publicidade e Propaganda em uma universidade particular. É solteira e não tem filhos. Mora em um apartamento alugado pelos pais e identifica sua renda familiar como sendo de classe C, com renda de até 10 salários mínimos. Acessa a internet através de seu computador e *smartphone* e se informa principalmente através das redes sociais e portais de notícias.

Mariana trabalha como redatora para uma empresa de marketing digital. A curto prazo pretende se formar e iniciar uma especialização e, a médio prazo,

gostaria de alcançar sua estabilidade financeira. Em um dia comum, vai ao trabalho pelas manhãs e faz seus estudos à tarde. À noite, aproveita para descansar, assistir séries, ouvir músicas, fazer algum trabalho da faculdade ou ir a happy hours e festas com os amigos. Gosta de navegar no *Instagram*, de futebol e ama maquiagem e cuidados com a pele – *skincare*. Não gosta de pessoas mal educadas e preconceituosas, filmes de terror e maracujá. Sua série preferida é *Modern Family* e sua música predileta é *Kiss It Better*, da Rihanna.

Quanto a seus cuidados com a pele, prefere usar marcas famosas de dermocosméticos, como *La Roche Posay*, *HadaLabo*, *Vichy* e *Mantecorp*. Às vezes também utiliza cosméticos nacionais vendidos em farmácias, como *Needs* e *Panvel Faces*. Se interessa por conteúdos que comparem produtos de *skincare*, desvendem mitos e deem dicas sobre cuidados com a pele.

Persona 2

Marcelo Ferreira, de 32 anos, se identifica com um homem cisgênero, pardo, gay e atualmente é doutorando em Engenharia Química em uma universidade pública. Pernambucano, mudou-se recentemente de cidade para cursar a pós-graduação. É solteiro e não tem filhos. Divide um apartamento com outros três estudantes e se identifica como sendo da classe D, tendo renda familiar de até quatro salários mínimos, composta majoritariamente pela bolsa que recebe de seu programa de doutorado. Acessa a internet através de computador, *tablet* e *smartphone* e se informa através de *sites* de notícias e redes sociais. Também tem o costume de ler jornais, tendo preferência pela Folha de S. Paulo, O Globo, Estadão e Carta Capital.

É estagiário docente na universidade em que cursa seu doutorado. A curto prazo pretende voltar a estudar francês para prestar sua segunda proficiência em língua estrangeira e finalizar um artigo para um congresso internacional. A médio prazo gostaria de se tornar professor efetivo ou pesquisador em uma universidade pública. Em um dia comum de sua rotina, Marcelo vai a academia pelas manhãs, atende às aulas à tarde e volta para casa à noite. Passa seu tempo livre lendo, assistindo séries ou praticando atividades físicas. Sua série favorita é *This Is Us* e sua música predileta é *Frisson*, do cantor Tunai. Não gosta de pessoas que não

cumprem aquilo que se propõe a fazer, ter que revezar os equipamentos na academia e a comida do Restaurante Universitário.

Ao cuidar da pele, prefere utilizar dermocosméticos importados, de marcas como SkinCeuticals e Avène. Porém, desde que começou o doutorado teve que cortar os gastos e passou a preferir marcas mais acessíveis como ISIDN, Neutrogena e Oceané.

Persona 3

Silvana Garcia, de 50 anos, se identifica como mulher, branca, cisgênero e heterossexual e trabalha como professora concursada na rede de ensino pública do estado do Rio de Janeiro. É formada em Pedagogia, possui três especializações na área de educação especial e está cursando uma segunda graduação em História. Atualmente mora com seu parceiro, com quem tem um relacionamento de união estável e uma filha que cursa universidade em outro estado. Se identifica como sendo da classe B, ganhando entre 10 e 20 salários mínimos. Acessa a internet através de seu *smartphone*, mas tem dificuldade para se adaptar a novas tecnologias.

A curto prazo, Silvana gostaria de voltar a fazer atividades físicas e concluir sua segunda graduação. A médio prazo, quer se aposentar e viajar com a família. Em um dia comum de sua rotina, trabalha de manhã até a tarde e à noite volta para casa para descansar. Assiste todos os dias a pelo menos três telejornais noturnos e depois vê séries até pegar no sono. Gosta de ler e assistir séries e filmes com o companheiro nas horas vagas. Também passa boa parte de seu tempo livre vendo vídeos no *TikTok* e as novidades do *Twitter*, desde que sua filha baixou os aplicativos em seu celular. Sua série favorita é o romance de ficção histórica *Outlander* e sua música predileta é a *Puro Êxtase*, da banda Barão Vermelho. Não gosta de pessoas desorganizadas, quando a casa fica suja e bagunçada e *piercings* corporais.

Ao cuidar da pele, utiliza majoritariamente os produtos recomendados por sua dermatologista das marcas Mantecorp, CeraVe e Bioderma.

2.1.4 Painel Semântico

A técnica do painel semântico é amplamente utilizada no processo de design por ajudar a organizar ideias e ilustrar conceitos estéticos e simbólicos que caracterizam o projeto editorial.

Para este trabalho, foi elaborado um painel semântico capaz de transmitir as principais características da revista:

- a) **o público para o qual se destina** – a mulheres e a pessoas LGBTQIA+;
- b) **a paleta de cores principal** – tons de pele e verde;
- c) **elementos estéticos utilizados no projeto gráfico** – ilustrações, imagens editoriais e diagramação em estilo *scrapbook*;
- d) **estilo tipográfico dominante na identidade visual do produto** – fonte caligráfica;
- e) **principais temáticas abordadas** – beleza, maquiagem, cosméticos, cuidados com a pele e autocuidado.



Figura 1 – Painel semântico da revista Priti ilustrando a ideia original de paleta cromática, identidade visual, elementos gráficos, tema e público-alvo. | Fonte: a autora.

2.1.5 Conteúdo Editorial

A edição piloto da revista contém 28 páginas e foi dividida em cinco seções relacionadas à temática escolhida para o projeto, de forma a melhor direcionar pautas propostas de acordo com a seção para a qual foram elaboradas. Abaixo, estão descritos os conteúdos a serem inseridos e evitados em seção.

a) Seção Beleza

- **O que entra:** conteúdos tanto sobre as novas tendências relacionadas à beleza quanto às práticas e técnicas já consagradas no Brasil e no mundo, instruindo, educando ou esclarecendo o leitor sobre os temas abordados. A seção pode conter entrevistas com especialistas em estética, dermatologia, psicologia e áreas afins, dados de pesquisas científicas, relatos pessoais e contextualizações históricas e sociais, fornecendo uma base para a leitura.
- **O que não entra:** conteúdos relacionados a padrões de corpos geralmente “vendidos” pela indústria de moda ou ao universo *fashion*. Matérias que reforcem padrões estéticos quase impossíveis de serem atingidos pela média da população ou incentivem cirurgias e procedimentos invasivos. Textos que recomendem medicamentos ou procedimentos sem comprovação científica.

b) Seção Cosméticos

- **O que entra:** matérias e avaliações – *reviews* –, sobre lançamentos de cosméticos e produtos para o cuidado com a pele no Brasil e no mundo, buscando trazer informações acerca da eficácia, de seus princípios ativos, da análise de estudos clínicos relacionados ao produto e/ou seus ingredientes. Além disso, a seção também trará a opinião de especialistas, como dermatologistas, fisioterapeutas, engenheiros químicos, farmacêuticos, cosmetologistas e esteticistas, para esclarecer questões relacionadas ao tema.
- **O que não entra:** conteúdos sobre produtos e/ou substâncias que não foram aprovadas pela Anvisa ou outra agência reguladora internacional e possam oferecer riscos à saúde do consumidor. Também não serão

realizadas propagandas ou publicidades. Produtos com efeitos milagrosos ou ditos naturais – sem falar de efeitos colaterais. Não serão recomendados fórmulas caseiras que possam causar danos.

c) Seção Saúde

- **O que entra:** conteúdos relacionados à saúde da pele, explicando sobre a causa, prevenção e tratamento de doenças e condições comuns como acne, manchas, estrias, cicatrizes e alopecia. Além disso, as matérias podem abordar prevenção e tratamento de câncer e outras doenças de pele. Pretende também abordar conteúdos voltados à alimentação e sua influência para manter a pele e o corpo saudáveis. Todo o conteúdo desta seção deve ser apurado diretamente com dermatologistas, nutricionistas, e/ou pesquisadores da área.
- **O que não entra:** matérias que incentivem procedimentos não comprovados para o tratamento de doenças de pele ou que tratem de maneira preconceituosa condições e características naturais do corpo humano. Matérias que vinculem a saúde da pele com o uso de produtos ou serviços pouco acessíveis.

d) Seção Mercado

- **O que entra:** reportagens relacionadas ao desenvolvimento do mercado brasileiro e internacional de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC), trazendo conteúdos sobre as novas tendências de produção e consumo assim como seus impactos na economia. Empresas com certificações e selos de qualidade atendendo a quesitos de sustentabilidade.
- **O que não entra:** publicidades sobre empresas específicas, conteúdos sobre a bolsa de valores ou investimentos, empresas com produção polêmica, poluente e/ou antiética.

2.2 Pesquisa Editorial

Neste tópico serão analisadas duas publicações consideradas possíveis concorrentes da revista *Priti*, pertencentes ao mesmo nicho e voltadas ao mesmo público-alvo. Para tal, foram escolhidas as revistas *Beleza Atual* e *Bonizine*. Ambas

podem ser consideradas recentes, tendo sido lançadas entre 2018 e 2020 e possuindo menos de 10 edições cada. Entretanto, mesmo com seu curto tempo de publicação, as revistas foram escolhidas para esta análise por, assim como a *Priti*, terem nascido a partir da crescente demanda do mercado consumidor por conteúdos relacionados às novas tendências relacionadas a beleza, baseadas principalmente nos cuidados com a pele, saúde e bem-estar, além de também promover a quebra de padrões estéticos reforçados até então.

2.2.1 Revista *Beleza Atual*

A primeira edição da revista *Beleza Atual* foi publicada em setembro de 2018 como uma publicação bimestral de distribuição gratuita para os formatos impresso e digital. Em seu primeiro editorial, escrito pela *publisher* Luciana Freire, é descrito como o principal objetivo da revista atender a mulher que “se desdobra entre o sucesso profissional, pessoal e familiar” (FREIRE, p. 14, 2018), compreendendo que a beleza vai além da estética e trazendo também informações sobre saúde, alimentação e bem estar “com uma nova atitude que marca esta mulher moderna e antenada” (FREIRE, p. 14, 2018).

Para a análise, foram escolhidas as três publicações em formato digital mais recentes da revista, as edições de número 7, 8 e 9.



Figura 2 – Capas da revista *Beleza Atual*, da esquerda para a direita, edição nº 7, de abril de 2020, edição nº 8, de dezembro de 2020, e edição nº 9, de dezembro de 2021. | **Fonte:** Revista *Beleza Atual*.

A versão impressa da revista possui dimensões de 21 x 27,5 cm, com 84 páginas por edição e encadernação em lombada quadrada. O papel utilizado na

capa é couche com acabamento em brilho e gramatura de 150g/m². As considerações acerca do projeto gráfico da revista se dividem em 10 tópicos, sendo eles: capa, sumário, expediente, editorial, escolha de tipografia, uso de cores, uso de imagens, *grid*, diagramação e publicidades.

Tópicos	Pontos Positivos	Pontos Negativos	Pontos Interessantes
<i>Capa (p. 1)</i>	- Logo em bom tamanho e de fácil leitura	- Pouco espaçamento entre as linhas de título - Capas genéricas e sem criatividade	- Capas padronizadas que reforçam a identidade visual da revista e facilitam seu reconhecimento pelo público
<i>Sumário (p. 8-9)</i>	- Seções bem demarcadas	- Diagramação genérica e pouco atrativa - Não se preocupa em hierarquizar a relevância das reportagens	- Estética <i>clean</i> e minimalista
<i>Expediente (p. 6)</i>	- Boa legibilidade e escolha de fontes	- Genérico, sem graça e sem criatividade	
<i>Editorial (p. 6)</i>	- Bom tamanho, textos curtos e direto ao ponto	- Má escolha de fonte para os títulos - Diagramação genérica - A mesma foto da autora aparece ao fim do texto de todo editorial	
<i>Tipografia</i>	- Tamanho e fonte escolhidas para o corpo de texto (serifada) são ideais para leitura - Boa tipografia para títulos e subtítulos (também serifada) - Boa hierarquização de fontes com clara diferenciação entre títulos, subtítulos e demais estilos	- Inconsistência na utilização de fontes diferentes para um mesmo recurso - Corpo de texto com alinhamento à direita sem hifenização.	- Interação entre os títulos e as imagens escolhidas para ilustrar as reportagens
<i>Cores</i>	- Uso de cores como destaque	- Não há uma paleta de cores bem definida para	- Paleta cromática que se adaptam ao tema de cada

	- Uso de tons vivos, mas ainda confortáveis ao leitor	a edição	reportagem
<i>Imagens</i>	- Imagens em harmonia com a paleta de cores utilizada nos recursos e tipografias de cada reportagem	- Retratam apenas mulheres que se enquadram no padrão de beleza socialmente estabelecido - Pouca ou nenhuma diversidade entre as modelos - Uso de imagens majoritariamente de estúdio, posadas e com recorte retangular	
<i>Grid (6 colunas)</i>	- Uso de respiros que fazem com que as páginas não pareçam lotadas ou com o conteúdo amontoadado	- Não foi criado um padrão de diagramação para as reportagens, a diagramação parece bagunçada de uma reportagem para a outra	
<i>Diagramação</i>	- Diagramação simples e de fácil leitura - Boa divisão de texto entre as páginas e equilíbrio com os demais recursos	- Pouco espaçamento entre as linhas de título, faz o texto parecer amontoadado - Diagramação inconsistente entre os recursos - Mal aproveitamento do espaço, muitos respiros e destaque para imagens irrelevantes	
<i>Publicidade</i>	- Aparecem com a mesma paleta de cores da reportagem ao qual se relacionam	- Ocupam muitas páginas e aparecem consecutivamente	

Quadro 1: Análise da concorrente *Beleza Atual*. | **Fonte:** a autora.

As observações sobre o projeto editorial da publicação abarcam seu público-alvo, tipo de chamadas e manchete das capas, enumeração de seções e

tipo de conteúdos, quantidade de páginas com reportagens *versus* publicidade, tamanho das matérias, tipo de publicidades.

- **Público-alvo:** Mulheres, entre 25 e 50 anos, das classes B e C.
- **Manchete e chamadas de capa:** a manchete das edições sempre se voltam para as mulheres retratadas na capa – em geral pessoas brancas, magras e influentes nas redes sociais. Para as chamadas têm-se conteúdos versando sobre: procedimentos estéticos, cirurgias plásticas, dietas e entrevistas com mulheres famosas.
- **Seções:** Quatro seções com os seguintes títulos e conteúdos:
 - 1ª) **Cirurgia Plástica**, com conteúdos sobre os novos procedimentos que viraram tendência ou tirando dúvidas sobre procedimentos “tradicionais”, como o implante de próteses de silicone ou procedimentos de lipoaspiração.
 - 2ª) **Beleza**, reportagens sobre cosméticos, cuidados e procedimentos para o corpo, cabelos e unhas.
 - 3ª) **Saúde**, matérias sobre alimentação, atividades físicas e vida saudável.
 - 4ª) **Odontologia**, conteúdos sobre a saúde e estética bucal, explicando sobre procedimentos como limpeza e clareamento dental, trazendo também tópicos relacionados à ortodontia.
- **Reportagens versus publicidade:**
 - Número de páginas de texto: 64;
 - Número de páginas de anúncios: 20.
- **Tamanho médio das matérias:** quatro páginas.
 - Exemplo 1: Conquiste o tanquinho dos sonhos, na seção **Cirurgia Plástica**, com quatro páginas;
 - Exemplo 2: Cuide das suas garras, na seção **Beleza**, com quatro páginas;
 - Exemplo 3: Temperos do bem, na seção **Saúde**, com quatro páginas.
- **Tipo de anúncio publicitário:** os anúncios mais comuns são de clínicas de estética e cirurgia plástica, cosméticos para o corpo e cabelos, cintas modeladoras e aparelhos estéticos.

2.2.2 Bonizine

A *Bonizine* foi criada em 2020 para acompanhar a primeira Bonibox: uma caixa de edição limitada contendo diversos produtos de beleza a preço reduzido, para que o consumidor possa testar produtos de difícil acesso no país e conhecer novas marcas. Com a proposta de trazer mais informações sobre a temática da caixa e a seleção de produtos enviados, assim como explicar sobre como e porque usá-los no seu dia a dia, a *Bonizine* é enviada em sua versão impressa gratuitamente na *Bonibox* e sua versão digital fica disponível no site da empresa que realiza a curadoria e a distribuição das caixas, a *Boniclub*.

Para a análise, foram escolhidas três publicações subsequentes da revista em formato digital, elaboradas para as Bonibox #4, #5 e #6.



Figura 3 – Capas da revista *Bonizine*, da esquerda para a direita, *Bonizine* #4, *Bonizine* #5 e *Bonizine* #6. | **Fonte:** Blog Boniclub.

A versão impressa da revista possui formato A5, de 10,5 x 14,85 cm, com média de 45 páginas por edição e encadernação em lombada canoa. O papel utilizado na capa e no miolo é *offset* com gramatura de 180g/m². As considerações acerca da revista se dividem em 10 tópicos, sendo eles: capa, sumário, expediente, editorial, escolha de tipografia, uso de cores, uso de imagens, *grid*, diagramação e publicidade.

Tópicos	Pontos Positivos	Pontos Negativos	Pontos Interessantes
Capa (p. 1)	- Fotografias	- Não possui chamadas	- Não dispõe texto na capa, nem mesmo o nome da

	<p>impactantes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Em harmonia com a paleta utilizada ao longo de toda a revista 	<p>para as matérias</p> <ul style="list-style-type: none"> - Difícil saber do que se trata a edição 	<p>revista</p>
<i>Sumário</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Não possui 	
<i>Expediente (última página)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Diagramação simples 	<ul style="list-style-type: none"> - Sem hierarquização de títulos 	<ul style="list-style-type: none"> - Aparece no final da revista
<i>Editorial (p. 2)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Conteúdo interessante - Diagramação simples 	<ul style="list-style-type: none"> - Textos muito longos 	<ul style="list-style-type: none"> - Dialoga de maneira leve e próxima ao leitor
<i>Tipografia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fácil leitura e bom tamanho - Bom contraste entre títulos e o corpo de texto 	<ul style="list-style-type: none"> - Muito espaçamento entre tipografias de alguns títulos e recursos 	
<i>Cores</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de cores para destaque em textos e recursos - Cores vivas, mas ainda agradáveis à leitura - Bom contraste entre cores de fundo e tipografias 		<ul style="list-style-type: none"> - Fundos escuros com tipografias coloridas em tons vivos
<i>Imagens</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografia editorial muito bem feita e harmônica durante toda a revista 	<ul style="list-style-type: none"> - Algumas imagens possuem pouca qualidade e acabam ficando pixeladas 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de molduras coloridas para disfarçar a baixa qualidade das imagens ao mantê-las menores
<i>Grid</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Grid simples e de fácil leitura - Dividido em duas colunas, sendo a de maior largura para textos e a de menor largura para suporte e respiro 	<ul style="list-style-type: none"> - Mau aproveitamento de espaço e pouca quantidade de texto por página 	
<i>Diagramação</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Diagramação simples 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de padronização 	

	e minimalista - Fácil leitura e identificação de títulos e recursos	entre as edições	
<i>Publicidade</i>	- Publicidades sutis feitas através de matérias e não banners desconexos do projeto gráfico da revista	- Difíceis de identificar como publicidades	- Publicidades que se mesclam ao conteúdo da revista

Quadro 2: Análise da concorrente *Bonizine*. | **Fonte:** a autora.

As observações sobre o projeto editorial da publicação abarcam seu público-alvo, tipo de chamadas e manchete das capas, tipos de conteúdo, quantidade de páginas, tamanho das matérias e tipo de publicidades.

- **Público-alvo:** Majoritariamente feminino, entre 18 e 40 anos, das classes B e C.
- **Manchete e chamadas de capa:** Não há manchete e nem chamadas na capa, apenas uma fotografia editorial que remeta à temática abordada na edição.
- **Seções:** a revista não é dividida em seções.
- **Reportagens:**
 - Número de páginas de texto: aprox. 45.
- **Tamanho médio das matérias:** quatro páginas.
 - Exemplo 1: É tudo culpa da Clinique, com quatro páginas;
 - Exemplo 2: O poder vegan, com quatro páginas;
 - Exemplo 3: Não existe *shelfie* perfeita, com quatro páginas.
- **Tipo de anúncio publicitário:** A revista não possui publicidade.

2.3 Projeto Gráfico

2.3.1 Informações gerais

A revista *Priti* foi pensada para ser uma revista de periodicidade mensal, veiculada em *sites* e redes sociais no formato de PDF interativo. A estruturação de seu projeto gráfico foi realizada com base na metodologia de Castro e Perassi (2018), que utiliza a tipografia como base do planejamento.

Desta forma, para dar início ao processo de desenvolvimento da revista, o primeiro passo foi escolher uma tipografia para o corpo de texto que pudesse se relacionar com sua identidade editorial e, ao mesmo tempo, atender às demandas necessárias para a otimização do uso da interface do projeto pelo usuário. Segundo Castro e Perassi (2018, p. 16):

“o projeto e o produto gráfico-editorial devem primar pela: (1) ergonomia visual, que trata do planejamento estético; (2) ergonomia cognitiva, que trata do planejamento simbólico, visando garantir boas condições de leitura e interpretação da semântica gráfico-visual e do conteúdo verbal do produto editorial; (3) ergonomia funcional, que trata da acessibilidade e da usabilidade na interação entre os usuários e o produto gráfico-editorial”

Assim, tendo como critérios a legibilidade, a versatilidade e a aplicação do tipo, foi escolhida como base para a elaboração do projeto a fonte *Aleo* em sua forma regular de tamanho 12 pt. Criada como uma versão serifada para a fonte *Lato* pelo designer Alessio Laiso, *Aleo* é uma tipografia contemporânea de estrutura fina e semi-arredondada de alta legibilidade que conta com uma família de seis estilos, sendo eles *thin*, *regular* e *bold*, com seus respectivos itálicos. Por possuir uma licença do tipo *Open Font License* (OFL), sua utilização é liberada para diversos fins, incluindo o uso pessoal, comercial e acadêmico.

Light 300

Almost before we knew it

Light 300 Italic

Almost before we knew it

Regular 400

Almost before we knew it

Regular 400 Italic

Almost before we knew it

Bold 700

Almost before we knew it

Bold 700 Italic

Almost before we knew it

Figura 4 - Variação entre os estilos disponíveis para a fonte *Aleo*. | Fonte: a autora.

Em geral, a definição da entrelinha mínima para projetos impressos se baseia no acréscimo de 20% ao tamanho escolhido para a fonte. Ou seja, se uma fonte possui tamanho 10 pt, sua entrelinha seria de 12 pt. Entretanto, por se tratar da elaboração de um projeto de revista digital e tendo como principal objetivo melhorar a experiência do usuário na leitura em telas, a entrelinha foi definida a partir do tamanho da fonte escolhida (12 pt) acrescida de 30%, resultando em uma entrelinha de 15,6 pt.

A partir da entrelinha escolhida, foram delimitados módulos de 5,5mm para compor o *grid* do projeto. Adaptando o tamanho padrão utilizado na publicação de revistas (210mm x 275mm) para as proporções de *grid* predefinidas, foram estabelecidas as dimensões finais para os formatos da revista:

- **Formato fechado:** 209 x 275 mm
- **Formato aberto:** 438 x 275 mm

2.3.2 Estilos tipográficos

Ao optar por seguir a metodologia de Castro e Perassi (2018), que utiliza a tipografia como base para a estruturação de projetos gráficos, a escolha das fontes tornou-se um fundamento norteador para dar seguimento ao restante do projeto. Após a análise de diferentes tipos, com e sem serifa, em diferentes tamanhos e estilos, assim como suas interações em cada função do projeto gráfico, foram definidas as seguintes tipografias, estilos e tamanhos para servir de base para a diagramação da revista:

- **Logotipo:** Brilliance Signature | 200pt
- **Corpo de texto:** Aleo Regular | 12pt
- **Capitular:** Aleo Bold | 24pt
- **Cartola:** Brilliance Signature | 38pt
- **Título de abre:** Poppins Bold | +22pt
- **Intertítulo:** Poppins Medium | 18pt
- **Linha fina:** Poppins Regular | 12pt
- **Crédito de reportagem:** Poppins Itálico | 10pt
- **Pergunta:** Aleo Bold Itálico | 12pt
- **Legenda:** Poppins Regular | 8pt
- **Crédito de foto:** Poppins Itálico | 8pt

- **Olho/Citação:** Poppins Bold | 16pt
- **Crédito de página:** Poppins Regular | 8pt

Poppins é uma tipografia geométrica sem serifa, com altura-x de tamanho grande e boa legibilidade em telas. Sua versão para o alfabeto latino foi criada pelo designer Jonny Pinhorn e, assim como a *Aleo*, possui licença OFL, o que possibilita seu uso para fins acadêmicos. Sua escolha como fonte padrão para títulos, créditos e legendas deu-se principalmente por sua interação com a tipografia escolhida para o corpo de texto, a *Aleo*, mantendo ao mesmo tempo uma identidade visual harmônica – na medida em que são fontes de estrutura semelhante e semi-arredondada –, assim como trazendo destaque para determinados recursos por serem facilmente diferenciadas graças às serifas.

Almost before we knew it

Light 300

Almost before we knew it

Light 300 Italic

Almost before we knew it

Regular 400

Almost before we knew it

Regular 400 Italic

Almost before we knew it

Medium 500

Almost before we knew it

Medium 500 Italic

Almost before we knew it

Figura 5 - Exemplos de estilos disponíveis para a fonte *Poppins*. | Fonte: a autora.

Por possuir uma vasta gama de estilos, *Poppins* é considerada como uma super família tipográfica. Suas opções vão do *ExtraThin* ao *Black*, todos com opção para itálico, totalizando 18 estilos de pesos e características diferentes. Tal característica também mostra-se como um grande atrativo para o uso da fonte, uma

vez que sua variedade de opções facilita a criação da identidade dos recursos visuais durante a diagramação sem fugir a estética estabelecida.

Para o logotipo e a cartola, foi escolhida a fonte *Brilliance Signature*. Seu estilo em caligrafia remete à delicadeza, à feminilidade e à intimidade, transcrevendo a ideia editorial da revista e trazendo a sensação de proximidade entre a revista e o leitor. Mesmo não possuindo uma grande diversidade de estilos como as demais fontes, seu uso ficou restrito a situações específicas. A fonte possui licença liberada para uso pessoal.

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Figura 6 - Exemplo de texto com a fonte *Brilliance Signature*. | Fonte: a autora.

2.3.2 Código cromático

Para compor a paleta principal da revista foram escolhidos tons de pele e verde, tendo o cinza e o azul como cores secundárias, utilizadas principalmente em funções de suporte às cores principais e buscando criar destaques por meio de contraste com as cores principais.



Figura 7 - Paleta cromática da revista Priti e seus respectivos códigos hexadecimais das cores RGB. | Fonte: a autora.

De acordo com a psicologia das cores – estudo que busca identificar a forma como o cérebro humano relaciona cores com sensações e emoções –, os tons empregados para a construção da paleta cromática podem ser definidos como:

- **Laranjas:** cores quentes que transmitem calor, energia e equilíbrio. Também se relacionam com o bom humor e a criatividade, chamando a atenção de maneira mais discreta e agradável aos olhos se comparadas com outras cores quentes vibrantes, como o vermelho e o amarelo.
- **Marrons e castanhos:** empregadas em subtom quente para compor o código cromático do projeto, os marrons e castanhos representam conforto, segurança e simplicidade. Remetem a sentimentos nostálgicos, à terra e à casa, assim como, ao mesmo tempo, também são consideradas cores sofisticadas e elegantes.
- **Verdes:** cores frias ligadas diretamente à natureza, saúde e bem-estar. Os verdes também transmitem calma, renovação e generosidade, podendo ser associados à harmonia e à cura.
- **Azuis:** cores frias que se relacionam com sentimentos de paz, tranquilidade e limpeza. Os azuis também são muito utilizados para representar a tecnologia e passar as sensações de confiança e credibilidade.
- **Cinzas:** cores frias comumente utilizadas para transmitir neutralidade. Também podem significar elegância e sofisticação, causando uma sensação de tranquilidade.

Quando combinados, os tons de verde, marrom, castanho e laranja – cores semelhantes a cor da pele – trazem a sensação de aconchego e simplicidade, compondo um padrão que transmite conforto e, ao mesmo tempo, elegância. Azul e cinza, que juntas representam a frieza, em conjunto com o verde passam a demonstrar tranquilidade e, se acrescidas em um mesmo conjunto com o laranja, representam a sociabilidade.

Para as seções, buscando trazer mais destaque à temática abordada e facilitar a navegação do leitor pela revista, foram escolhidas os seguintes tons, pertencentes tanto à paleta principal quanto a secundária:



Figura 8 - Cores definidas para representar cada seção da revista e seus respectivos códigos cromáticos para RGB. | Fonte: a autora.

O tom mais escuro de laranja foi aplicado para a seção Beleza por representar a energia e o entusiasmo. Para a seção Saúde, após ponderar entre os tons mais escuros de verde e azul, ambos comumente utilizados para a temática, foi decidido pelo primeiro, uma vez que a seção Mercado também pode ser relacionada ao azul por sua representação dos conceitos de estabilidade e tecnologia. Por fim, o tom mais claro de azul foi escolhido para a seção de cosméticos de maneira a representar a inovação e a abordagem de conteúdos mais científicos e tecnológicos.

2.3.4 Grid

O *grid* do projeto foi composto seguindo os padrões usuais de uma revista impressa: com margens superiores e inferiores maiores, deixando espaço hábil para a inserção da cartola na parte de acima e do notapé e marcações de página abaixo; e margens internas menores que as externas, diminuindo a distância óptica entre as páginas da revista quando em formato aberto. Mesmo se tratando de uma revista digital, a metodologia foi escolhida com o intuito de facilitar a leitura do usuário tanto em uma visualização de páginas espelhadas (*spread*) quanto em rolagem de página

única (*scroll*), ambas opções disponíveis nos principais visualizadores de documentos em formato PDF.

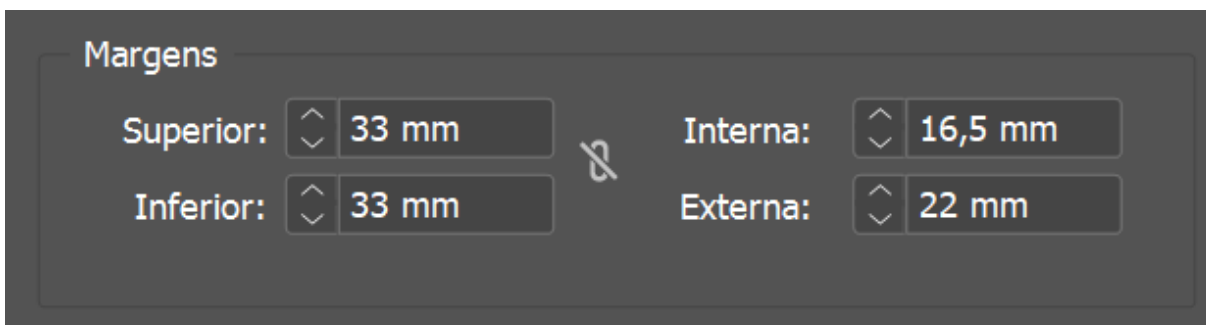


Figura 9 - Medidas definidas para as margens da revista, adaptadas para respeitar a divisão modular de 5,5mm da grade do projeto. | Fonte: a autora, através do *software* de edição Adobe InDesign CC 2020.

Após a definição das margens, foi possível trabalhar o comprimento das linhas e colunas dentro da mancha gráfica delimitada. Ao identificar o número ideal de caracteres por linha de acordo com a metodologia indicada por Castro e Perassi (2018) que utiliza o comprimento do espaço ocupado pelo alfabeto de uma fonte para delimitar os tamanhos de coluna que melhor colaborem para a leitura do conteúdo, o resultado obtido foi uma coluna de texto principal com tamanho em torno de 30 paucas. Por se tratar de um formato de arquivo destinado meios digitais e pensando em otimizar o fluxo de leitura do usuário, foram criadas oito colunas, de três módulos cada, e três linhas, contendo entre 11 e 12 módulos.

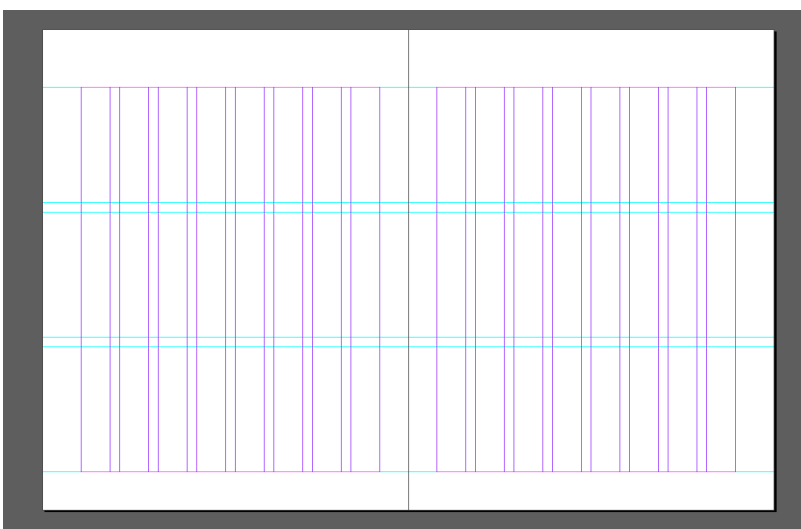


Figura 10 - Organização das margens, linhas, colunas aplicadas na página mestre. Cada página apresenta oito colunas e três linhas, ambas medianizes tendo a largura de um módulo (5,5mm).

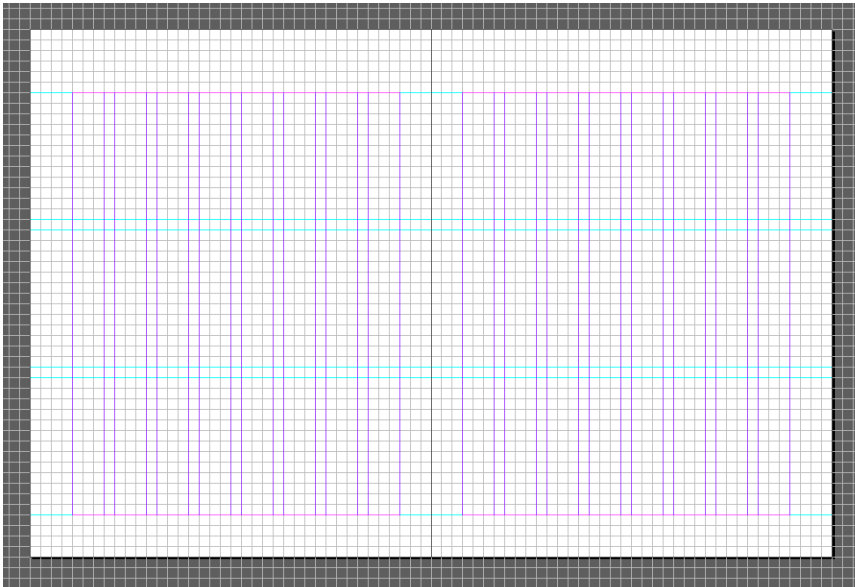


Figura 11 - Grid aplicado na página mestra, com visualização dos módulos quadrados de 5,5mm x 5,5mm, margens, linhas e colunas. | Fonte: a autora

2.3.5 Logotipia

Priti

Figura 12 - Versão final do logotipo. | Fonte: a autora



Figura 13 - Plotagem de logotipo sobre cores. | Fonte: a autora



Figura 14 - Simulação de logotipo sobre imagem. | Fonte: a autora

3. EXECUÇÃO

3.1 Etapas

3.1.1 Segmento, pesquisa de público-alvo e personas

Para validar o público-alvo e as personas utilizadas na elaboração do projeto gráfico da revista, foram realizadas duas pesquisas pela plataforma *Google Forms*. A primeira, realizada entre os dias 22 e 29 de abril de 2022 e coletando um total de 47 respostas, teve como objetivo identificar e traçar o perfil do público-alvo: sua idade e condição financeira; suas necessidades e interesses; meios pelos quais consomem informação, veículos de preferência e com que frequência costumam acessá-los; quais conteúdos acham relevantes e gostariam de ler em uma revista sobre *skincare* e *autocuidado*; entre outros. O formulário completo pode ser verificado no **Anexo A** deste relatório.

Quanto à segunda pesquisa, elaborada com o intuito de melhor identificar os arquétipos de leitores reais e, dessa forma, permitir a criação de estratégias para manter o interesse do público nos conteúdos abordados na revista, foram nela identificados três perfis principais de consumidores em potencial da *Priti*:

- a) **Mulher, branca, heterossexual, entre 18 e 25, universitária**, que mantém uma rotina de *skincare* por influência das redes sociais.
- b) **Homem, pardo, homossexual, entre 25 e 35 anos, pós-graduando**, que começou a cuidar da pele recentemente para evitar seu envelhecimento precoce.
- c) **Mulher, branca, heterossexual, entre 35 e 55 anos, em situação estável no mercado de trabalho**, que se interessou pelo *skincare* influenciada pela filha e busca reverter os efeitos da idade sobre a pele.

O questionário aplicado para a definição das personas pode ser acessado no **Anexo B** deste relatório.

3.1.2 Seções

Na terceira etapa de perguntas apresentada na pesquisa de público-alvo, foi levantado o interesse dos leitores em possíveis pautas elaboradas seguindo a temática da revista e, em seguida, foram também questionados de maneira individual, em uma caixa de resposta aberta oferecida pela plataforma de

formulários, sobre quais outros assuntos também poderiam ser abordados pela revista.

A partir dessas respostas, foram elaboradas outras três pautas que apareceram de maneira recorrente na pesquisa: *como prevenir a queda de cabelo e cuidados com os fios*, alocada na seção **Saúde**; *como montar uma rotina básica e eficaz de cuidados com a pele*, alocada na seção **Beleza**; e *review de produtos lançamentos ou já consagrados no mercado*, alocada na seção **Cosméticos**. Além das pautas sugeridas pelo público-alvo, também foi consolidada a pauta sobre *beleza sustentável e novas formas de produzir beleza*, na seção **Mercado**.

3.1.3 Pautas

a) Seção Beleza

Tema: como montar uma rotina básica e eficaz de cuidados com a pele

Título da reportagem: *Pele de milhões, skincare de centavos*

Contexto e abordagem: Durante a última década, a ascensão dos influenciadores digitais em conjunto com a popularização das tendências de beleza asiáticas trouxeram para o Brasil um crescente interesse em produtos e técnicas de cuidados com a pele. A reportagem tem como objetivo principal instruir o leitor em como montar sua própria rotina básica de cuidados para pele. Para isso, além de explicar, através da entrevista de especialistas, sobre a importância de cada passo para a saúde da pele, a matéria também se propõe a trazer relatos de pessoas com diferentes rotinas de *skincare* e se aprofundar em informações relevantes, porém pouco conhecidas sobre o tema.

Perguntas:

- O que é *skincare*?
 - De onde surgiu o termo?
 - Por que a prática se tornou tão popular nos últimos anos?
- Quais são os passos essenciais para uma pele jovem e saudável?

- Acrescentar mais passos realmente torna a rotina mais efetiva?
- Existe diferença entre a utilização de cosméticos ou dermocosméticos?
- Como escolher os produtos mais adequados para cada tipo de pele?
 - Quais as subcategorias e especificidades entre os produtos de cuidados com a pele essenciais?
 - Quais as formas corretas de utilização de cada tipo de produto?
- Quais as principais diferenças entre os cuidados de *skincare* para o rosto e para o corpo?

Fontes:

- **Beatriz Souza**, 35 anos, médica dermatologista;
- **Viviane Mendes**, 32 anos, engenheira civil, começou a cuidar da pele por influência das redes sociais;
- **Carolini Marques**, 23 anos, estudante de jornalismo, tem a pele oleosa e pensou estar vivendo o efeito rebote;
- Artigos da **Sociedade Brasileira de Dermatologia**;
- Outras fontes documentais, envolvendo estudos e dados sobre o tema.

b) Seção Cosméticos

Tema: Indicação de produtos para o cuidado de peles sensíveis

Título da reportagem: *Os queridinhos das peles sensíveis*

Contexto e abordagem: A reportagem tem como objetivo mostrar ao leitor diferentes olhares e experiências com produtos próprios para peles sensíveis, de maneira a sanar dúvidas sobre sua recomendação, composição e efetividade.

Perguntas:

- Qual o seu tipo de pele e como você cuida dela?

- Quais são os principais produtos que você utiliza?
- Porque você recomenda esses produtos?
- Quais as indicações desses produtos?
 - Quais são seus princípios ativos?
 - Ele cumpre o que promete?

Fontes:

- **Bruna Espíndola**, 27 anos, residente de farmácia no HU UFS, tem dermatite atópica e a pele sensível;
- **Silvana Garcia**, 50 anos, professora de educação infantil, possui a pele madura, seca e sensível;
- **Mariana Machado**, 23 anos, estudante de jornalismo, possui a pele sensível;
- **Beatriz Souza**, médica dermatologista;
- Outras fontes documentais, envolvendo estudos e dados sobre o tema.

c) Seção Saúde

Tema: Como prevenir a queda excessiva de cabelo e mantê-lo saudável

Título da reportagem: *Na raiz do problema: entenda o porquê da queda e aprenda a manter os cabelos saudáveis*

Contexto e abordagem: Um estudo publicado pelo *Journal of the American Academy of Dermatology* demonstrou um aumento de 400% nos casos de queda excessiva de cabelo registrados desde o começo da pandemia de Sars-Cov-2. Os fatores mais comuns para a queda podem variar desde questões relacionadas ao estresse ou mudanças climáticas até alterações hormonais e condições genéticas. Entretanto, como identificar qual delas melhor se aplica ao seu caso? A reportagem tem como objetivo explicar as diferentes causas mais frequentes relacionadas a perda excessiva de fios, como identificá-las e tratá-las, de maneira a melhorar a saúde dos fios e do couro cabeludo

Perguntas:

- Quais são as principais causas de queda de cabelo?
 - Como tratar ou evitar que esses fatores se agravem?
- Como manter os fios e o couro cabeludo saudáveis?
- Quais hábitos podem ser adotados no dia a dia para manter a saúde dos fios?

Fontes:

- **Thais Furtat**, 32 anos, médica dermatologista;
- **Regina Akemi**, 32 anos, empresária, sofre com queda de cabelo;
- **Cristiane Garcia**, 43 anos, agente de turismo, realiza procedimentos químicos frequentes no cabelo;
- **Nathália Leite**, 23 anos, estudante de enfermagem, realiza o cronograma capilar semanalmente;
- Artigos da Sociedade Brasileira de Dermatologia;
- Outras fontes documentais, envolvendo estudos e dados sobre o tema.

d) **Seção Mercado**

Tema: Novas formas de produção no mercado brasileiro de beleza

Título da reportagem: *Beleza sustentável: uma nova forma de produzir cosméticos*

Contexto e abordagem: O crescimento da parcela do mercado consumidor preocupado com a preservação ambiental e aberto a novas práticas sustentáveis de consumo teve reflexos em diversos setores da indústria brasileira. Tendo como cenário a atual conjuntura da indústria de perfumaria e cosméticos nacional, a reportagem tem o objetivo demonstrar a influência do movimento de beleza sustentável nas novas formas de produção de produtos de beleza e suas repercussões entre o público

Perguntas:

- O que é a beleza sustentável e quais são suas principais características?
 - Quais são as principais diferenças entre um cosmético tradicional e um cosmético “limpo”?
- Como o movimento está se desenvolvendo no Brasil?
 - De onde veio o conceito e qual a sua importância?
 - Como o público tem reagido a essa nova tendência?
 - Como as empresas de cosméticos brasileiras estão se adaptando e se relacionando com esse movimento?

Fontes:

- Carolina Steiner, 35 anos, sócia-proprietária da **Lazú Pigmentos Faciais**, marca de pigmentos multifuncionais com *skincare* adepta a *clean beauty*;
- Eneli Gomes, 22 anos, estudante de biologia, mudou sua forma de consumo para ser mais sustentável;
- Artigos da **Sociedade Brasileira de Dermatologia**;
- Outras fontes documentais, envolvendo estudos e dados sobre o tema.

3.1.4 Apuração e produção das reportagens

A apuração dos dados e entrevistas foram realizadas de modo remoto em decorrência da conjuntura pandêmica atual, causada pelo surgimento de uma nova onda da Covid-19 – obedecendo às recomendações de biossegurança da UFSC. As entrevistas foram realizadas entre maio e julho de 2022, através da plataforma *Google Meet*, seguindo o cronograma estabelecido durante a etapa de planejamento do Trabalho. Ainda durante o semestre 2021-2, foram realizadas pesquisas documentais tanto para a elaboração do relatório quanto para serem utilizadas como fontes documentais para as reportagens.

Após o período inicial de pré-apuração e leituras, foram feitas as entrevistas com as fontes, abordada tanto pelo Instagram quanto por e-mail. Ao todo, foram entrevistadas 11 mulheres com idades entre 22 e 50 anos, de diferentes ocupações e rendas. Foram entrevistadas tanto especialistas nas temáticas abordadas quanto pessoas comuns que se relacionam com as pautas em seu dia a dia.

3.1.5 Diagramação e finalização

Para a diagramação, foi utilizado o *software* de diagramação *Adobe Indesign*. O processo de diagramação da revista foi realizado durante os 15 últimos dias do mês de julho e a cada reportagem foi aplicado um conceito estético diferente, dentro do projeto gráfico estabelecido para a revista.



Figura 15 - Exemplo de diagramação da página capítular de duas reportagens da revista. |

Fonte: a autora

Foram utilizadas principalmente ilustrações e fotografias do acervo pessoal das entrevistadas para complementar o texto das reportagens e tornar a leitura mais dinâmica e atrativa ao usuário. Para reforçar a estética de *scrapbook* adotada durante toda a revista, as fotografias das entrevistadas foram colocadas em *frames* semelhante de uma câmera *polaroid*.



Figura 16 - Exemplo de diagramação de páginas contendo fotografias das entrevistadas e ilustrações. | Fonte: a autora

A revista também fez uso de infografias para ilustrar conceitos mais elaborados aos leitores, como, por exemplo, a estrutura de uma haste capilar e a porosidade das cutículas.

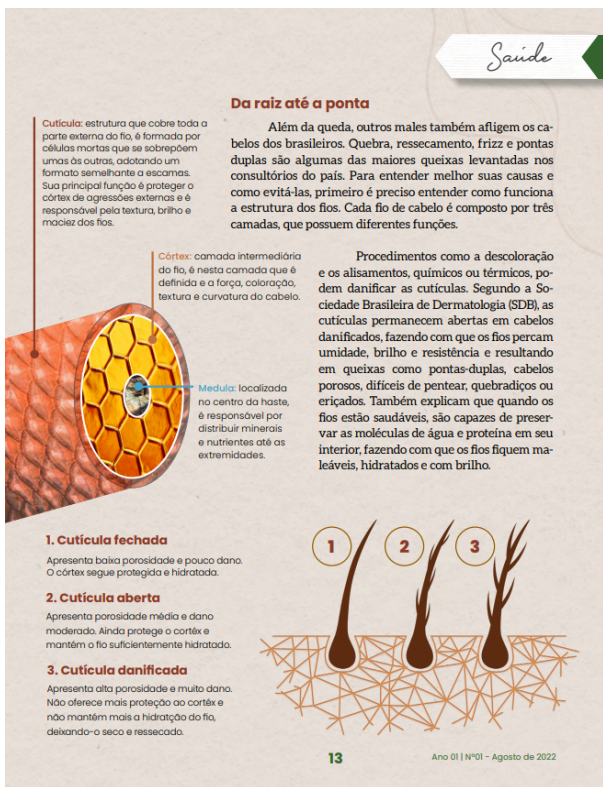


Figura 17 - Exemplo de infografias utilizadas na diagramação da revista. | Fonte: a autora

Além das páginas capitulares, presentes na abertura de cada seção para ilustrar a pauta abordada em cada reportagem, os títulos também foram elaborados de forma a dialogar com a temática e a estética da reportagem.



Figura 18 - Exemplo de diagramação de título. | Fonte: a autora

3.1.6 Elementos interativos

Como recursos de interatividade, foram utilizados *hyperlinks* e *QR codes* que direcionam o usuário a vídeos e *sites* que complementam informações abordadas durante a reportagem.



Figura 19 - QR codes utilizados na diagramação da revista | Fonte: a autora

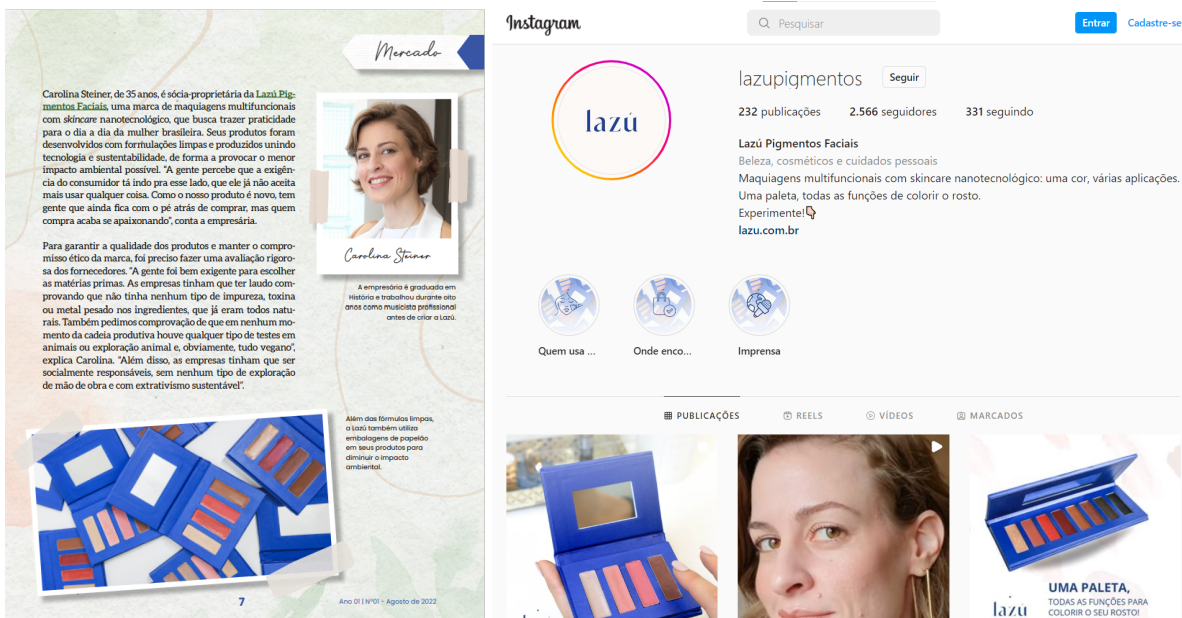


Figura 20 - Exemplo de página com hiperlink e a página para a qual o usuário é direcionado. | Fonte: a autora

3.1.7 Publicação

A veiculação do produto foi feita através da plataforma de livros e revistas digitais *Issuu*, que possibilita a leitura online da revista pela plataforma pelo [link: https://issuu.com/julianajteixeira/docs/priti_final](https://issuu.com/julianajteixeira/docs/priti_final). Essa forma de publicação foi escolhida por facilitar a interação do público com o produto pela interface simplificada da plataforma.

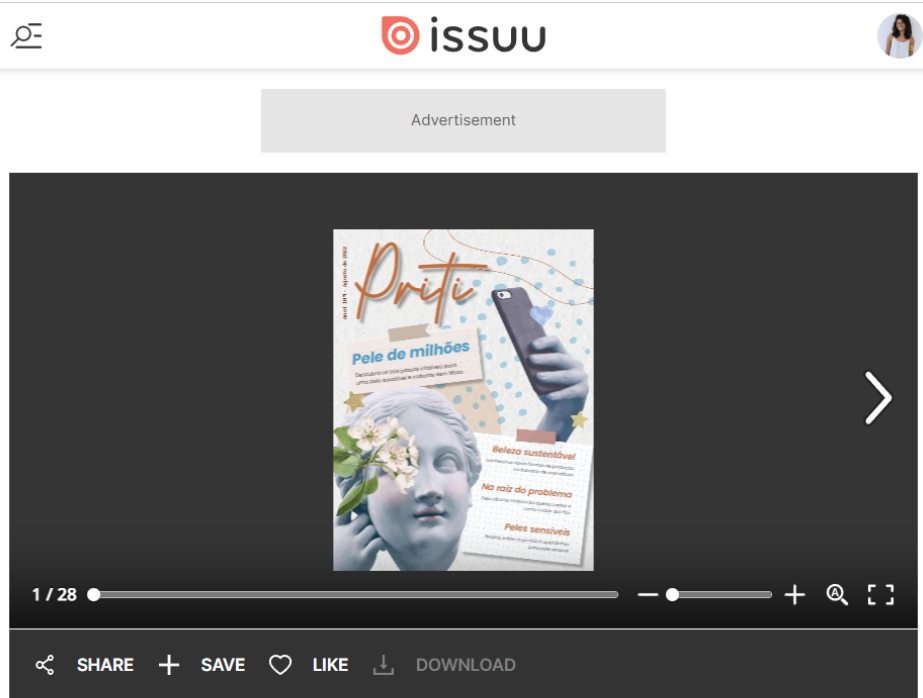


Figura 21 - Visualização da revista na plataforma. | Fonte: a autora

4. RECURSOS

Valores de serviços/trabalhos que serão realizados pela graduanda, assim como equipamento próprio, foram contabilizados como contratação de terceiros e/ou compra de produtos para ter noção real do custo do projeto bruto.

Recurso	Fonte	Valor	Período de uso/quantidade	Total
Notebook	Graduanda	~R\$6.500,00	Indeterminado	~R\$6,500,00
Luz	Empresa especializada	~R\$60,00/mês	7 meses	~R\$420,00
Plano de internet	Empresa especializada	R\$100,00/mês	7 meses	R\$700,00
Pacote de edição Adobe	Assinatura mensal	R\$224,00/ mês	4 meses	R\$896,00
Projeto gráfico	Sindicato dos Jornalistas Profissionais no estado de São Paulo	~R\$637,00/ por página	28 páginas	~R\$17.836,00
Diagramação	Sindicato dos Jornalistas Profissionais no estado de São Paulo	~R\$185,00/ por página	28 páginas	~R\$5.180,00
Pautas	Sindicato dos Jornalistas Profissionais no	~R\$490,00	4 pautas	~1.960,00

	estado de São Paulo			
Reportagens	Sindicato dos Jornalistas Profissionais no estado de São Paulo	~R\$390,00	4 reportagens	~R\$1.560,00
TOTAL:				~R\$35.052,00

Tabela 1: Custo estimado do Trabalho de Conclusão de Curso. | **Fonte:** a autora.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve como principal objetivo demonstrar as habilidades adquiridas pela autora durante a graduação e qualificá-la como apta para atuar profissionalmente como jornalista. Ao escolher a produção de uma revista autoral como produto final deste Trabalho, foi possível evidenciar seu conhecimento em áreas como produção de pautas e reportagens, editoração, produção gráfica e design aplicado ao jornalismo.

Dentre as principais dificuldades encontradas durante a produção da revista, destacam-se o tempo para sua elaboração e entrega, reduzido de 20 para 16 semanas em consequência da adaptação do Calendário Acadêmico frente à pandemia do Novo Coronavírus, e a apuração *online* das reportagens, seguindo os protocolos de biossegurança estabelecidos pela Universidade.

Por fim, mesmo em um cenário de condições atípicas, o trabalho foi concluído e apresentado dentro do prazo. Para a autora, foi gratificante ter sua dedicação e amor pela profissão, demonstradas ao longo de todo o curso, transcritas também em seu último trabalho realizado para a graduação.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIHPEC. **Panorama do setor 2019**. São Paulo: 2019. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2019-2/>. Acesso em: 20 mai0 2022.

ABIHPEC. **Panorama do setor 2020**. São Paulo: 2020. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2020/>. Acesso em: 20 maio 2022.

ABIHPEC. **Panorama do setor 2021**. São Paulo: 2021. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2021/>. Acesso em: 20 maio 2022.

ALBERS, Josef. **A interação da cor**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **A mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

CASTRO, Luciano; PERASSI, Richard. **Estruturação de projetos gráficos: a tipografia como base do planejamento**. Florianópolis: Appris Editora. 2018.

CNI. **Economia Brasileira 2019-2020**: edição especial do Informe Conjuntural. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/publicacoes/2021/12/economia-brasileira/#economia-brasileira-2019-2020-edicao-especial-do-informe-conjuntural%20>. Acesso em: 20 maio 2022

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FREIRE, Luciana. Editorial. **Beleza Atual**. São Paulo, n. 1, p. 14, ago/set., 2018.

GOLFETTO, Ildo Francisco. **Edições digitais de revistas: um estudo sobre o potencial hipermediático e de interação a partir da visão de usuários**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica, Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/103355> Acesso em: 25 nov. 2021.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Editora Olhares, 2022.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos:** Guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Editora Gustavo Gili. 2020.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.

7. ANEXOS

ANEXO A - Questionário de público-alvo

Este questionário procura aferir o público-alvo para uma revista *online* sobre *skincare* e autocuidado. O objetivo é ter um recorte demográfico, socioeconômico e cultural de potenciais consumidores do produto final. Os dados pessoais não serão divulgados. Tempo total estimado de resposta: 7 à 10 minutos

Parte 1 - Dados pessoais

Tempo estimado de resposta: 2 à 3 minutos

1. Qual a sua idade?

- a) Menos de 18 anos
- b) Entre 18 e 25 anos
- c) Entre 25 e 35 anos
- d) Entre 35 e 45 anos
- e) Entre 45 e 55 anos
- f) Mais de 55 anos

2. Como você se identifica?

- a) Homem
- b) Mulher
- c) Outro. Qual? R: _____

3. Em relação à cor da pele, você se considera:

- a) Branco(a)
- b) Pardo(a)
- c) Preto(a)
- d) Amarelo(a)
- e) Indígena

4. Qual é a sua orientação sexual?

- a) Homossexual
- b) Bissexual

- c) Heterossexual
- d) Assexual
- e) Panssexual
- f) Outro. Qual? R: _____

5. Qual o seu grau de escolaridade?

- a) Ensino fundamental incompleto
- b) Ensino fundamental completo
- c) Ensino médio incompleto
- d) Ensino médio completo
- e) Ensino superior completo
- f) Ensino superior incompleto
- g) Pós-graduação incompleta
- h) Pós-graduação completa

6. Qual a sua profissão?

R: _____

7. De acordo com os diferentes índices salariais propostos pelo IBGE, qual a renda mensal total da sua família?

- a) De 10 a 20 salários mínimos (Classe A)
- b) 4 a 10 salários mínimos (Classe B)
- c) De 2 a 4 salários mínimos (Classe C)
- d) Menos que 2 salários mínimos (Classe D)

8. Quantas pessoas moram com você? (incluindo filhos, irmãos, parentes e amigos)

R: _____

9. Qual o seu estado civil?

- a) Solteiro(a)
- b) Casado(a)
- c) União estável
- d) Separado(a)/divorciado(a)
- e) Viúvo(a)
- f) Outro. Qual? R: _____

10. Você tem filhos? Se sim, quantos?

- a) Não
- b) Sim, um
- c) Sim, dois
- d) Sim, três ou mais

11. Se você respondeu sim a última pergunta, quem é o principal responsável pelo cuidado do(s) mesmo(s)?

R: _____

12. Como você costuma usar o seu tempo livre? Cite três alternativas (excluindo alimentação e repouso).

R: _____

Parte 2 - Hábitos de consumo de notícias

Tempo estimado de resposta: 2 à 3 minutos

1. Por quais meios de comunicação você se informa?

- a) Jornal
- b) Revista
- c) Internet
- d) Redes sociais
- e) Aplicativos
- f) TV
- g) Rádio
- h) Outro. Qual? R: _____

2. Você costuma ler jornais e revistas digitais?

- a) Sim
- b) Não

2.1. Se você não tem o hábito de ler jornais ou revistas digitais, cite alguns dos possíveis impedimentos. (ex: não gostar de ler em plataformas digitais, dificuldade financeira etc)

R: _____

2.2. Se você respondeu sim à pergunta 2, cite aqueles que mais lhe interessam.

R: _____

3. Quais dispositivos você utiliza para acessar à internet?

- a) Computador
- b) Tablet
- c) Smartphone

4. Qual área de informação mais lhe interessa?

- a) Política
- b) Economia
- c) Tecnologia
- d) Cultura
- e) Esporte
- f) Direitos humanos
- g) Culinária
- h) Saúde e bem-estar
- i) Moda
- j) Outros. Quais? R: _____

Parte 3 - Relevância de Pautas

Tempo estimado de resposta: 3 à 5 minutos

1. Qual seu grau de interesse em uma matéria sobre protetores solares?

Explicando sobre os diferentes tipos de proteção, a importância do uso diário e a forma correta de aplicação

Sem interesse - - - - - Muito interessado

2. Qual seu grau de interesse em uma matéria sobre os diferentes tipos de hidratação?

Como os hidratantes atuam em nossa pele, qual a diferença em suas fórmulas e porque alguns ativos são tão populares, qual o mais indicado para cada tipo de pele e as diferenças entre hidratantes destinados a regiões específicas do corpo.

Sem interesse - - - - - Muito interessado

3. Qual seu grau de interesse em uma matéria falando sobre as novas formas de se produzir cosméticos e produtos de higiene pessoal?

Marcas aderindo à Clean Beauty, termo em inglês utilizado para definir um processo produtivo preocupado em utilizar fontes renováveis de materiais, evitando o desperdício e engajado com a preservação ambiental, além de desenvolver produtos com menos químicos, veganos e não testados em animais.

Sem interesse - - - - - Muito interessado

4. Qual seu grau de interesse em uma matéria falando o crescimento do mercado de beleza no Brasil?

Falando sobre o surgimento das novas marcas de cosméticos nacionais que vêm conquistando espaço no mercado brasileiro, entregando desempenho e qualidade semelhantes ao de produtos importados

Sem interesse - - - - - Muito interessado

5. Qual seu grau de interesse em uma matéria tratando sobre as principais tendências em maquiagem e cosméticos para o ano de 2022?

Técnicas e produtos em alta, populares tanto nas passarelas quanto nas redes sociais

Sem interesse - - - - - Muito interessado

6. Qual seu grau de interesse em uma matéria que fale sobre o conceito de beleza e como ele mudou?

Falar brevemente sobre a questão histórica e trazer críticas de como a beleza está associada a padrões inatingíveis ou atingíveis por muito poucos, de como isso pode ser nocivo e da pressão sofrida por homens e mulheres para atender a esse padrão.

Sem interesse - - - - Muito interessado

7. Conhece algum outro tema que te chama a atenção na área de beleza e cuidados com a pele? Deixe aqui suas ideias para outras matérias que lhe interessem ou tópicos que você gostaria de saber mais sobre.

ANEXO B - Questionário de personas

Eu estou sendo convidado para participar da entrevista para o trabalho "Priti: beleza com cuidado", cujo objetivo é desenvolver o projeto gráfico editorial de uma revista digital. A pesquisa está sendo desenvolvida como Trabalho de Conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, pela estudante Juliana Jacinto Teixeira, orientada pelo professor Ildo Francisco Golfetto.

A minha participação no referido estudo será no sentido de responder um questionário, que consiste em uma pesquisa que visa verificar características, interesses e hábitos de consumo de notícias do público consumidor, elencando padrões para a posterior produção do projeto gráfico editorial e dos conteúdos da revista.

Estou ciente de que minha privacidade será respeitada, ou seja, meu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, me identificar, será utilizado apenas para fins acadêmicos.

Também fui informado de que posso me recusar a participar do estudo, ou retirar meu consentimento a qualquer momento, sem precisar justificar, e de que, por desejar sair da pesquisa, não sofrerei qualquer prejuízo.

Enfim, tendo sido orientado quanto ao teor de todo o aqui mencionado e compreendido a natureza e o objetivo do já referido estudo/trabalho, manifesto meu livre consentimento em participar, estando totalmente ciente de que não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, por minha participação.

Nome completo:

RG:

E-mail:

Tempo total estimado de resposta: 10 à 15 minutos

1. Declaro que li e estou ciente da utilização dos dados coletados nessa pesquisa, concordando que os mesmos sejam utilizados com o propósito citado acima.

- a) Sim**
- b) Não**

Parte 1 - Dados pessoais

Tempo estimado de resposta: 3 à 5 minutos

1. Qual a sua idade?

R: _____

2. Como você se identifica?

- a) Homem
- b) Mulher
- c) Outro. Qual? R: _____

3. Em relação à cor da pele, você se considera:

- a) Branco(a)
- b) Pardo(a)
- c) Preto(a)
- d) Amarelo(a)
- e) Indígena

4. Qual é a sua orientação sexual?

- a) Homossexual
- b) Bissexual
- c) Heterossexual
- d) Assexual
- e) Panssexual
- f) Outro. Qual? R: _____

5. Qual o seu grau de escolaridade?

- a) Ensino fundamental incompleto
- b) Ensino fundamental completo
- c) Ensino médio incompleto
- d) Ensino médio completo
- e) Ensino superior completo
- f) Ensino superior incompleto
- g) Pós-graduação incompleta
- h) Pós-graduação completa

6. Qual a sua profissão?

R: _____

7. De acordo com os diferentes índices salariais propostos pelo IBGE, qual a renda mensal total da sua família?

- a) De 10 a 20 salários mínimos (Classe A)
- b) 4 a 10 salários mínimos (Classe B)
- c) De 2 a 4 salários mínimos (Classe C)
- d) Menos que 2 salários mínimos (Classe D)

8. Quantas pessoas moram com você? (incluindo filhos, irmãos, parentes e amigos)

R: _____

9. Qual o seu estado civil?

- a) Solteiro(a)
- b) Casado(a)
- c) União estável
- d) Separado(a)/divorciado(a)
- e) Viúvo(a)
- f) Outro. Qual? R: _____

10. Você tem filhos? Se sim, quantos?

- a) Não
- b) Sim, um
- c) Sim, dois
- d) Sim, três ou mais

11. Se você respondeu sim a última pergunta, quem é o principal responsável pelo cuidado do(s) mesmo(s)?

R: _____

12. Quais ferramentas você usa para se comunicar?

- a) Redes sociais
- b) E-mail

- c) Telefone
- d) Outros. R: _____

Parte 2 - Vida Cotidiana

Tempo estimado de resposta: 4 à 7 minutos

1. Como você costuma usar seu tempo livre? Cite três alternativas (excluindo alimentação e repouso)

R: _____

2. Quais são os seus principais objetivos de vida a curto prazo? (Ex: fazer um curso profissionalizante, começar a frequentar a academia, consertar o encanamento do banheiro)

R: _____

3. Quais são os seus principais objetivos de vida a longo prazo? (Ex: fazer uma faculdade, casar, ter filhos, mudar de estado)

R: _____

4. Cite alguns dos seus principais interesses. (Ex: livros de romance, esportes, costura e bordados)

R: _____

5. Quais coisas te desapontam ou irritam? (Ex: pessoas que jogam lixo na rua, ônibus lotado, atrasos)

R: _____

6. Qual é a sua música favorita?

R: _____

7. Qual é o seu programa de tv ou série favorita?

R: _____

8. Descreva um dia comum da sua rotina

R: _____

9. Cite as marcas que você mais usa para cuidar da pele

R: _____

Parte 2 - Hábitos de consumo de notícias

Tempo estimado de resposta: 3 à 4 minutos

1. Por quais meios de comunicação você se informa?

- a) Jornal
- b) Revista
- c) Internet
- d) Redes sociais
- e) Aplicativos
- f) TV
- g) Rádio
- h) Outro. Qual? R: _____

2. Você costuma ler jornais e revistas digitais?

- a) Sim
- b) Não

2.1. Se você não tem o hábito de ler jornais ou revistas digitais, cite alguns dos possíveis impedimentos. (ex: não gostar de ler em plataformas digitais, dificuldade financeira etc)

R: _____

2.2. Se você respondeu sim à pergunta 2, cite aqueles que mais lhe interessam.

R: _____

3. Quais dispositivos você utiliza para acessar à internet?

- d) Computador
- e) Tablet
- f) Smartphone

4. Qual área de informação mais lhe interessa?

- k) Política
- l) Economia
- m) Tecnologia
- n) Cultura
- o) Esporte
- p) Direitos humanos
- q) Culinária
- r) Saúde e bem-estar
- s) Moda
- t) Outros. Quais? R: _____

5. Quais temáticas você acredita que NÃO deveriam estar presentes em uma revista sobre skincare?

R: _____

6. Quais assuntos você gostaria de ler em uma revista sobre cuidados com a pele e autocuidado?

R: _____

ANEXO C – TERMO DE ACEITE DO ORIENTADOR



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

TERMO DE ACEITE DO ORIENTADOR

Eu, **Ildo Francisco Golfetto**, professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, assumo a responsabilidade pela orientação, no semestre **2022.1**, do Trabalho de Conclusão de Curso da aluna **Juliana Jacinto Teixeira**, matrícula **18202259**, que tem como título “**Priti: Projeto gráfico e editorial de revista digital**”.



Documento assinado digitalmente
Ildo Francisco Golfetto
Data: 15/03/2022 00:25:03-0300
CPF: 003.363.269-39
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Ildo Francisco Golfetto

Florianópolis, 15 de março de 2022.

ANEXO D - DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE

DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE

Eu, Juliana Jacinto Teixeira, aluna regularmente matriculada no Curso de Jornalismo da UFSC (JOR/CCE/UFSC), matrícula 18202259, declaro para os devidos fins que o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Priti: Projeto gráfico-editorial e produção de revista digital** é de MINHA AUTORIA e NÃO CONTÉM PLÁGIO.

Estou CIENTE de que em casos de trabalhos autorais em que houver suspeita de plágio será atribuída a nota 0,0 (zero) e que, adicionalmente, conforme orientação da Ouvidoria e da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), “em caso de suspeita ou verificação de plágio, o professor deverá notificar o Departamento no qual está lotado para as providências cabíveis”.

Autorizo a publicação do TCC no Repositório Digital da UFSC.

Florianópolis, 09 de julho de 2021



Documento assinado digitalmente

Juliana Jacinto Teixeira

Data: 09/07/2022 17:09:08-0300

CPF: 477.875.338-03

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Assinatura