

CAPAS DE REVISTAS FEMININAS BRASILEIRAS

Uma Análise por Eduarda Sabatini

DEZ/2025



animação
FEMINILIDADE
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
design editorial



ESDI



Maria Eduarda Sabatini Rodrigues Rozetti

Animação: Capas de Revistas Femininas brasileiras -

Uma análise por Eduarda Sabatini



Monografia de conclusão do curso apresentado, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design, à banca examinadora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Design.

Orientação: Prof^a Helena de Barros

Orientação de anteprojeto: Prof^a Noni Geiger

RESUMO

Este trabalho investiga como a imagem da mulher foi construída nas capas das revistas femininas brasileiras *Claudia*, *Nova* e *Elle Brasil*, publicadas pela Editora Abril entre 1961 e 1997, articulando fotografia editorial, design gráfico e discursos socioculturais. A análise de nove capas, estruturada em três níveis: visual, discursivo-editorial e sociocultural, evidencia transformações e permanências nos modos de representar a feminilidade, revelando a passagem de um ideal doméstico e conservador para figuras mais urbanas, autônomas e multifacetadas, ainda atravessadas por padrões normativos de comportamento e beleza. Como desdobramento da pesquisa, desenvolve-se uma animação autoral que traduz visualmente esses achados, combinando colagem digital, elementos de design editorial e experimentações com ferramentas de Inteligência Artificial. A obra conecta o legado gráfico das revistas impressas às dinâmicas contemporâneas das redes sociais, refletindo criticamente sobre os processos de construção de representações femininas e sobre o papel da IA no fazer criativo do design.

Palavras chave

Design Editorial; Representação Feminina; Capas de Revista; Animação; Inteligência Artificial.

Abstract

This work investigates how the image of women was constructed on the covers of Brazilian women's magazines *Claudia*, *Nova*, and *Elle Brasil*, published by Editora Abril between 1961 and 1997, articulating editorial photography, graphic design, and sociocultural discourses. The analysis of nine covers, structured into three levels: visual, editorial-discursive, and sociocultural, highlights both transformations and continuities in representations of femininity, revealing a shift from a domestic and conservative ideal to more urban, autonomous, and multifaceted figures, still shaped by normative patterns of beauty and behavior. As a practical outcome, the research gives rise to an authorial animation that visually translates these findings, combining digital collage, editorial design elements, and experiments with Artificial Intelligence tools. The work connects the graphic legacy of printed magazines to contemporary dynamics of social media, critically reflecting on the processes that construct representations of women and on the role of AI within creative design practices.

Keywords

Editorial Design; Female Representation; Magazine Covers; Animation; Artificial Intelligence.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, antes de tudo, aos meus pais, Monica e Edivaldo, que sempre foram meus maiores incentivadores e meu porto seguro. Obrigada por acreditarem em mim mesmo nos momentos em que eu duvidei, por me apoiarem em cada escolha, das mais simples às mais decisivas, e por estarem presentes, com amor e paciência, em todas as etapas deste percurso. Entrar pra ESDI significou sair de casa, mudar minha rotina e ir morar com a minha avó. Sei que, para todos nós, a saudade muitas vezes falou mais alto, saudade da convivência diária, das nossas conversas, do conforto de estar perto. Mas ainda assim, vocês me apoiaram sem hesitar, me lembrando sempre que caminhos importantes exigem coragem e que eu nunca caminhava sozinha. Cada conquista minha carrega um pedaço enorme de tudo o que vocês fizeram por mim: os sacrifícios silenciosos, as palavras de força, o cuidado, a torcida constante e a certeza de que eu podia chegar onde sonhasse. Esta conquista é minha, mas também é profundamente de vocês. Vocês são minha base, meu orgulho e o motivo pelo qual eu sigo sempre em frente.

À minha avó, Neide, minha maior apoiadora, que sempre me mostrou que a educação é o caminho mais seguro e generoso que podemos escolher. Obrigada por cada gesto de carinho, por cada incentivo silencioso e por me ensinar, com o próprio exemplo, que conhecimento transforma. Foi com você que aprendi a importância de sonhar alto e de não abrir mão daquilo que acredito. Seu cuidado, sua força e sua sabedoria acompanharam cada etapa deste percurso. Se hoje chego até aqui, é também porque você sempre acreditou que eu poderia chegar.

Às minhas amigas, Carol e Julia, que tornaram estes quatro anos muito mais leves, bonitos e possíveis. Vocês estiveram comigo em todas as fases: dos banhos de sol na incubadora às idas aos museus que renovavam o fôlego, dos almoços no Castelo que viraram rotina aos desabaços que seguraram tantas madrugadas, dos surtos compartilhados que só nós entendemos aos trabalhos em grupo que pareciam impossíveis, mas que sempre encontravam solução quando estávamos juntas. Obrigada por cada riso, cada conversa sincera, cada conselho no momento certo e cada gesto de amizade que me fez lembrar que eu nunca estive sozinha.

À Karen, minha amiga de anos, que esteve comigo em tantas fases diferentes da vida, das mais leves às mais difíceis, e que agora vive comigo mais esta. Obrigada por cada mensagem antes do vestibular me lembrando de estudar, por comemorar minha aprovação como se fosse sua e por seguir presente em todos os capítulos que vieram depois. Crescemos lado a lado, mudamos, amadurecemos e continuamos encontrando uma na outra um porto seguro. Sua amizade atravessou anos, escolhas, conquistas, medos e recomeços. E, mesmo quando a vida mudou nossos caminhos, você sempre fez questão de caminhar ao meu lado.

A vocês, Carol, Julia e Karen, que me fizeram entender que todos aqueles filmes da Disney sobre amizade não são fantasia. Vocês provaram, todos os dias, que amizade verdadeira existe, cresce, amadurece e sustenta. E eu levo esse amor comigo para além da faculdade.

À minha sobrinha e afilhada, que ainda é tão pequena, mas já ilumina minha vida de maneiras que ela mesma não imagina. Mesmo com quase dois anos, você me lembra todos os dias por que é tão importante falar sobre mulheres, liberdade e futuro. Que você cresça em um mundo onde possa se ver em todas as capas, em todos os espaços, em todos os caminhos possíveis. Este trabalho também é para você, para que a sua geração encontre menos barreiras e mais horizontes.

À minha orientadora do anteprojeto, Noni Geiger, por me ajudar a descobrir meu amor pelo design editorial. Seu olhar atento e suas provocações foram fundamentais para que este trabalho encontrasse seu rumo. À minha orientadora do TCC, Helena de Barros, pela confiança, pela escuta e por me acompanhar de perto na construção desta pesquisa e deste projeto. Obrigada por ampliar meu olhar para além do que eu enxergava, especialmente por transformar minha visão sobre o uso da inteligência artificial, tema que eu inicialmente resistia, mas que, graças às suas reflexões e orientações, se tornou parte fundamental da minha prática e da linguagem desta animação.

À banca avaliadora, Barbara Szaniecki, Lucy Niemeyer e Miguel Carvalho, pela disponibilidade, pela leitura cuidadosa e pelas contribuições que ampliaram meu entendimento e fortaleceram este trabalho.

E agradeço também aos meus guias e orixás, que caminharam comigo em silêncio e em força. Pela proteção, pela intuição, pela coragem e por manterem meus passos firmes mesmo nos momentos mais difíceis. Sigo guiada e amparada.

*A todos vocês, meu amor, minha gratidão e meu orgulho.
Este trabalho só existe porque vocês caminharam comigo.*

SUMÁRIO

PARTE I — ANTEPROJETO (2025.1)	5
1. INTRODUÇÃO	5
1.1 Contextualização e motivação	5
1.2 Justificativa e relevância no campo do design	9
1.3 Objetivos	10
Objetivo geral	10
Objetivos específicos	10
2. METODOLOGIA	11
2.1 Perspectiva projetual	12
3. FOTOGRAFIA E DESIGN	13
3.1 Fotografia como linguagem visual	13
3.2 Intersecções entre fotografia e design gráfico	14
4. DESIGN EDITORIAL	16
4.1 Design editorial de Moda	17
4.2 Revistas femininas de moda e comportamento	17
4.3 Capas de revista como objeto de análise	18
5. EDITORA ABRIL	18
5.1 Claudia (1961)	20
5.2 Nova (1973-2018)	21
5.3 Elle Brasil (1988-Atual)	22
6. SELEÇÃO DAS CAPAS	24
6.1 Análises das capas	26
6.1.1 Claudia	26
6.1.2 Nova	31
6.1.3 Elle Brasil	35
6.2 Conclusão da análise	39
7. PRÓXIMOS PASSOS	40
PARTE II - DESENVOLVIMENTO DO PROJETO FINAL (2025.2)	41
8. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO - ETAPAS MENSAIS	41
8.1 Mês 1: Concepção e Definição do Projeto	41
8.1.2 Fundamentação inicial: uso da linguagem pictórica	42
8.1.3 Referências visuais, roteiro e storyboard	43
8.2 Mês 2: Estruturação Visual e Técnica	45
8.2.1 Seleção das capas	45
8.2.2 Criação da personagem	47
8.2.3 Ilustração dos elementos gráficos	48
8.2.4 Primeiro contato com Inteligência Artificial	51
8.3 Mês 3: Experimentações com Inteligência Artificial e Reformulação Conceitual	51
8.3.1 Experimentações com a personagem: da animação 2D ao modelo 3D	51
8.3.2 Animação das mulheres das capas: testes, ajustes e reconstrução visual	53
8.3.3 Reflexão crítica sobre IA, autoria e o papel do designer	56
8.4 Mês 4: Desenvolvimento Inicial da Animação e Reestruturação Narrativa	57
8.4.1 Animação do título: construção de uma identidade visual unificada	57

8.4.2 Reformulação da cena das revistas	58
8.4.3 Construção da sequência sobre redes sociais	60
8.5 Mês 5: Finalização da Animação	62
8.5.1 Integração das cenas no CapCut	62
8.5.2 Revisão e solução dos problemas de áudio	62
8.5.3 Finalização do vídeo: integração, som e ajustes finais	63
8.5.4 Escrita do relatório final e articulação com o anteprojeto	64
9. CONCLUSÕES	64
10. PRÓXIMOS PASSOS	67
11. REFERÊNCIAS	68

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1 – Capa da revista Claudia, edição de março de 1963.</i>	6
<i>Figura 2 – Capa da revista Nova, edição de 1973.</i>	7
<i>Figura 3 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.</i>	8
<i>Figura 4 – Capa da revista Harper's Bazaar, edição de março de 1959.</i>	14
<i>Figura 5 – Capa da revista Harper's Bazaar, edição de abril de 1969.</i>	15
<i>Figura 6 – Conjunto de capas da revista Claudia, década de 1960.</i>	21
<i>Figura 7 – Conjunto de capas da revista Nova, década de 1970.</i>	22
<i>Figura 9 – Recorte da planilha com capas selecionadas</i>	25
<i>Figura 10 – Capa da revista Claudia, edição de novembro de 1961.</i>	26
<i>Figura 11 – Capa da revista Claudia, edição de julho de 1965.</i>	28
<i>Figura 12 – Capa da revista Claudia, edição de março de 1967.</i>	29
<i>Figura 13 – Capa da revista Nova, edição de outubro de 1973.</i>	31
<i>Figura 14 – Capa da revista Nova, edição de novembro de 1974.</i>	32
<i>Figura 15 – Capa da revista Nova, edição de março de 1979.</i>	34
<i>Figura 16 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1988.</i>	35
<i>Figura 17 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.</i>	36
<i>Figura 18 – Capa da revista Elle Brasil, edição de novembro de 1988</i>	38
.	38
<i>Figura 19 – Cronograma preliminar para 2025.2.</i>	41
<i>Figura 20 – Dimensões da linguagem pictórica (Twyman, 1979) aplicadas ao projeto.</i>	43
<i>Figura 21 – Quadro de referências visuais iniciais para a concepção estética da animação.</i>	43
<i>Figura 22 – Primeira versão do roteiro da animação.</i>	44
<i>Figura 23 – Primeira versão do storyboard da animação.</i>	44
<i>Figura 24 – Capa da revista Claudia, edição de novembro de 1961.</i>	46
<i>Figura 25 – Capa da revista Nova, edição de junho de 1975.</i>	46
<i>Figura 26 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.</i>	47
<i>Figura 27 – Primeira versão da personagem.</i>	48
<i>Figura 28 – Ilustração dos elementos gráficos da revista Claudia.</i>	49
<i>Figura 29 – Ilustração dos elementos gráficos da revista Nova.</i>	49
<i>Figura 30 – Ilustração dos elementos gráficos da revista Elle Brasil.</i>	50

<i>Figura 31– Primeiras tentativas de animação usando o Runaway Ai</i>	52
<i>Figura 32– Personagem 3D gerada pelo Gemini AI.</i>	52
<i>Figura 33– Animações geradas no Runaway Ai.</i>	53
<i>Figura 34 – Capas editadas.</i>	54
<i>Figura 35 – Elementos gráficos das capas vetorizados.</i>	54
<i>Figura 36 – Frames gerados no Gemini.</i>	55
<i>Figura 37 – Primeira versão do título.</i>	57
<i>Figura 38 – Versão final do título.</i>	58
<i>Figura 39 – Primeira versão da cena das revistas.</i>	58
<i>Figura 40 – Animação das revistas se abrindo.</i>	59
<i>Figura 41 – Versão final da cena das revistas.</i>	59
<i>Figura 42 – Animação da cena das redes sociais.</i>	61
<i>Figura 43 – Animação da cena dos comentários.</i>	61

PARTE I — ANTEPROJETO (2025.1)

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização e motivação

A fotografia e o design gráfico são dois campos visuais que, embora tenham origens e funções distintas, vêm ao longo da história se entrelaçando de maneira profunda e significativa. Desde o século XX, ambos os meios se consolidaram como formas expressivas e técnicas de comunicação visual amplamente utilizadas na construção de narrativas gráficas, especialmente na mídia impressa.

A fotografia, considerada por André Bazin como “o acontecimento mais importante da história das artes plásticas” (BAZIN, 1991, p. 25), não apenas documenta, mas interpreta o mundo, inserindo-se também no campo do design ao colaborar com a criação de peças visuais impactantes. Roland Barthes, em *A câmara clara* (1980), amplia essa perspectiva ao compreender a fotografia como um fenômeno afetivo e existencial. Para ele, cada imagem carrega a marca do tempo e da ausência, funcionando como “certificado de presença”, evocando no observador uma reação que ultrapassa o racional. O conceito de *punctum*, o detalhe que “fere” ou comove, revela o potencial narrativo e simbólico da imagem fotográfica, fundamental na construção de experiências visuais mais profundas no design. Nesse sentido, a fotografia deixa de ser apenas um recurso compositivo e passa a ocupar um papel estrutural na elaboração de narrativas visuais. Ela contribui não apenas com a dimensão estética, mas também com a ativação da memória, da emoção e do tempo, elementos esses, essenciais na criação de projetos editoriais que buscam engajar o público de forma significativa.

Esta pesquisa parte da análise de como fotografia e design se influenciam e se complementam no desenvolvimento de capas de revistas de moda femininas publicadas no Brasil, com foco em três títulos de grande circulação em diferentes períodos: *Claudia*, *Nova* e *Elle Brasil*, todas publicadas pela Editora Abril. O recorte cronológico se estende das décadas de 1960 aos anos 1990, buscando entender como as imagens de capa dessas revistas contribuíram para construir discursos sobre a mulher, sua liberdade, seus papéis sociais e suas transformações identitárias.

Ao longo do tempo, essas revistas refletiram e ajudaram a moldar os imaginários sobre a mulher brasileira: *Claudia*, nos anos 1960 e 1970, associada à figura da mulher do lar, disciplinada e elegante; *Nova*, nas décadas de 1970 a 1980, com um discurso de transgressão e empoderamento que, apesar de libertador em alguns aspectos, frequentemente reforçava o olhar masculino e sexualizado sobre o corpo feminino; e *Elle Brasil*, a partir do final dos anos 1980, com uma abordagem mais estética e sofisticada da liberdade feminina, ainda assim imersa em questões de padrão de beleza, consumo e classe social.

As figuras a seguir ilustram três momentos distintos na representação da mulher nas capas das revistas femininas brasileiras Claudia, Nova e Elle Brasil. Cada imagem sintetiza, por meio da articulação entre fotografia e design gráfico, valores e discursos sobre feminilidade específicos de seu tempo.

Figura 1 – Capa da revista Claudia, edição de março de 1963.



Fonte: GAROTA VODU. Capas antigas da revista Claudia. Blogspot, 2013.
Disponível em: <https://garotavodu.blogspot.com/2013/01/capas-antigas-revista-claudia.html>

Nesta imagem, observa-se uma representação idealizada da mulher dos anos 1960. A fotografia, que se assemelha a uma ilustração retocada, mostra uma mulher com maquiagem impecável, sorriso suave e postura delicada, segurando um par de sapatinhos de bebê, símbolo direto da maternidade. O projeto gráfico reforça esse enquadramento tradicional feminino por meio da paleta suave e dos temas editoriais destacados, como “enxoval do bebê”, “bordado” e “sexo no casamento”. A composição valoriza a harmonia e a domesticidade, posicionando a mulher como figura central do lar e da família.

Figura 2 – Capa da revista Nova, edição de 1973.



Fonte: PROPAGANDAS HISTÓRICAS. Revista Nova – 1976. Blog Propagandas Históricas, 2016. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2016/02/revista-nova-1976.html>

Aqui, a representação feminina é marcada por um discurso de ousadia e sensualidade. A fotografia destaca uma mulher de olhar direto e expressão confiante, vestindo uma blusa azul com decote profundo e sem uso de sutiã. O uso de cores vibrantes e o contraste entre o fundo e a figura central geram impacto visual. Os títulos das matérias abordam temas como sexualidade, cirurgia plástica, intuição feminina e liberdade de escolha, refletindo a tentativa da revista de dialogar com uma mulher mais emancipada. Ainda assim, a imagem remete ao olhar masculino, explorando o corpo feminino como objeto de atração, o que revela as contradições desse período.

Figura 3 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.



Fonte: SHOPEE. Revista Elle – Maria Lindkvist – Ano 3 – Número 5 – Maio 1990. Disponível em:
<https://shopee.com.br/product/460686293/12015191805>

A capa de *Elle* evidencia uma mudança no direcionamento editorial e estético. A mulher retratada aparece sorridente, com postura descontraída, vestindo uma jaqueta de couro e carregando uma ecobag vermelha com o nome da revista, um brinde comemorativo pelos 2 anos da publicação. O visual moderno e urbano aponta para uma mulher ativa, inserida no consumo e nas tendências de moda. O projeto gráfico valoriza o branco como espaço negativo, com o logotipo e os títulos em cores fortes e tipografia de impacto. A fotografia transmite uma ideia de leveza e independência, ainda que os temas abordados (como “guia de cirurgia plástica” e “sexo da nova era”) revelem a permanência de certos padrões de beleza e apelos mercadológicos.

Com isso, a minha motivação para este estudo surge do desejo de compreender como elementos do design gráfico, como a fotografia, o layout, a tipografia e a composição

gráfica, constroem discursos que influenciam a maneira como a mulher é representada na mídia impressa. Mais do que analisar as figuras femininas em si, este trabalho busca entender de que forma os recursos visuais do design editorial e da linguagem fotográfica operam juntos para reforçar, tensionar ou transformar ideias sobre feminilidade, liberdade e comportamento social. Trata-se, portanto, de uma investigação sobre imagem e linguagem visual, mas também sobre as camadas simbólicas que essas imagens carregam e propagam. Além disso, a escolha do tema também se conecta diretamente ao meu interesse pessoal pelas áreas da fotografia e do design gráfico, campos nos quais venho me aprofundando ao longo da minha formação acadêmica e que despertam em mim um olhar atento para a força expressiva e comunicacional das imagens.

1.2 Justificativa e relevância no campo do design

No contexto contemporâneo da comunicação visual, marcado pela saturação imagética e pela multiplicidade de plataformas, torna-se essencial refletir sobre o papel da fotografia como elemento ativo e estruturante no design gráfico. O design editorial, especialmente no universo das revistas de moda, é um campo fértil para essa investigação, pois evidencia como imagens fotográficas podem não apenas ilustrar, mas construir significados, identidades e narrativas visuais complexas, principalmente quando articuladas ao projeto gráfico como um todo.

Ao eleger as capas de revistas como objeto de estudo, este trabalho reconhece sua importância histórica e cultural enquanto produtos gráficos de alta visibilidade, responsáveis por traduzir tendências, ideologias e representações de beleza em linguagem visual. Ao longo das décadas, esses projetos editoriais têm demonstrado diferentes formas de articular texto, imagem e elementos visuais do design, revelando o modo como a fotografia atua na mediação entre o conteúdo e o público. São suportes que condensam valores simbólicos e sociais, tornando-se espelhos e agentes das transformações culturais.

Neste sentido, o estudo parte da análise de capas das revistas Claudia, Nova e Elle Brasil, entre os anos 1960 e 1990, para investigar como a liberdade da mulher foi representada visualmente ao longo dessas décadas. A proposta é compreender como diferentes momentos históricos influenciaram a linguagem visual dessas publicações, em especial a forma como a fotografia, integrada ao design gráfico e ao projeto editorial completo, expressou (ou limitou) discursos sobre a autonomia, a sexualidade, a diversidade e os papéis sociais atribuídos às mulheres. Assim, busca-se evidenciar como essas capas tanto refletiram conquistas e avanços quanto reproduziram estereótipos e contradições, muitas vezes com a finalidade última de atender à expectativa social do olhar masculino.

Portanto, este estudo busca contribuir para o campo do design gráfico ao oferecer uma leitura crítica sobre a integração entre fotografia e projeto visual, com foco na

evolução histórica dessa relação. A análise das capas das revistas brasileiras permite refletir sobre como a linguagem visual especialmente a fotografia editorial e os demais elementos gráficos e compositivos foram mobilizadas para construir discursos sobre o feminino, revelando tanto avanços quanto tensões e contradições no modo como a mulher foi representada nas publicações ao longo do tempo.

1.3 Objetivos

Objetivo geral

Este trabalho tem como objetivo compreender como os elementos visuais do projeto gráfico, como fotografia, composição, tipografia e cores, atuam na construção de representações da mulher nas capas de revistas de moda brasileiras. A proposta é desenvolver uma análise sobre o papel da linguagem visual editorial na formação de discursos sobre feminilidade, considerando sua relação com o contexto histórico e sociocultural e sua capacidade de ativar sentidos simbólicos, sociais e afetivos por meio da imagem.

Objetivos específicos

- Analisar a relação entre fotografia e projeto gráfico nas capas de revistas femininas brasileiras, compreendendo como esses elementos visuais atuam conjuntamente na construção de sentido;
- Compreender como diferentes momentos históricos influenciaram a linguagem visual dessas publicações, especialmente na integração entre fotografia, design gráfico e projeto editorial;
- Estudar a evolução da linguagem visual das capas ao longo de diferentes décadas, identificando transformações estéticas, simbólicas e discursivas na representação da mulher;
- Observar as estratégias compositivas presentes nas capas incluindo tipografia, cor, diagramação e fotografia que evidenciem o papel do design editorial na narrativa visual sobre o feminino;
- Refletir criticamente sobre as tensões entre avanços e permanências nos discursos visuais das capas, considerando o contexto sociocultural brasileiro;
- Desenvolver, a partir dos resultados da análise, um projeto autoral em formato de animação gráfica que sintetize e traduza visualmente as reflexões construídas na pesquisa.

2. METODOLOGIA

A presente investigação configura-se como uma pesquisa qualitativa, exploratória e aplicada, cujo principal objetivo é sustentar o desenvolvimento de um projeto autoral a partir da análise visual de capas de revistas femininas brasileiras. O estudo parte da articulação entre os campos da fotografia e do design gráfico, compreendendo-os como linguagens visuais que constroem discursos simbólicos sobre a figura da mulher ao longo do tempo.

A metodologia adotada neste trabalho inspira-se na abordagem proposta por Aguiar (2010), que investigou as representações da mulher nas capas das revistas *Claudia*, *Nova* e *Marie Claire* sob uma perspectiva qualitativa e interpretativa. Embora Aguiar não nomeie explicitamente categorias analíticas fixas, sua análise integra aspectos visuais das imagens, elementos textuais das capas e reflexões sobre o contexto histórico e cultural. A partir dessa leitura, optei por sistematizar a análise em três níveis complementares: visual, discursivo-editorial e sociocultural, de forma a organizar e aprofundar a análise de maneira mais clara e direcionada.

Esses três níveis dialogam diretamente com as três dimensões da análise semiótica proposta por Charles Morris: sintática, semântica e pragmática, conforme discutidas por Cardoso e Pacheco (2017). Essa fundamentação teórica contribui para tornar o processo de análise mais estruturado, articulando a observação formal dos signos ao seu potencial de significação e aos efeitos interpretativos no contexto sociocultural.

- No nível visual, correspondente à dimensão sintática, serão observados os elementos perceptíveis do projeto gráfico, como tipografia, paleta de cores, composição e fotografia, analisando suas qualidades formais, arranjos e relações visuais internas. Essa dimensão se concentra na estrutura material dos signos, considerando aquilo que é objetivamente visível e organizando sua leitura.
- O nível discursivo-editorial relaciona-se à dimensão semântica, abordando os conteúdos verbais das capas, como chamadas, títulos e slogans, e a forma como esses textos dialogam com as imagens e com o posicionamento editorial da revista. Aqui, a análise foca nos significados culturalmente compartilhados, nas conotações e nas mensagens implícitas que os elementos visuais e verbais evocam.
- Por fim, o nível sociocultural corresponde à dimensão pragmática, buscando contextualizar cada capa no momento histórico, político e social de sua publicação, levando em conta as transformações nos papéis femininos, nos discursos midiáticos e nas dinâmicas culturais da época.

Mais do que produzir uma análise extensa ou exaustiva, esta etapa visa identificar permanências, rupturas e contradições na construção da imagem da mulher ao longo das décadas. As interpretações visuais terão como foco a intersecção entre linguagem fotográfica, design gráfico e discurso visual. Os dados coletados por meio da análise das capas servirão como repertório conceitual e estético para orientar o desenvolvimento do produto final, a ser realizado na etapa de conclusão do curso.

2.1 Perspectiva projetual

A partir da análise das capas e dos conceitos discutidos ao longo da pesquisa, será desenvolvido um projeto autoral em formato de animação gráfica, com o objetivo de apresentar, de maneira visual e dinâmica, as principais transformações e permanências na representação da mulher nas capas das revistas Claudia, Nova e Elle Brasil. A animação será concebida como uma síntese do percurso visual analisado, articulando elementos de fotografia, design gráfico e discurso sobre o feminino em uma linguagem acessível, reflexiva e contemporânea.

A escolha pela animação como linguagem expressiva se dá por sua capacidade de explorar movimento, ritmo, transições visuais e composição sonora, ampliando o potencial comunicativo do projeto. Por meio desses recursos, pretende-se evidenciar como certos padrões visuais foram sendo atualizados, reforçados ou contestados ao longo do tempo, revelando tanto os avanços quanto as permanências nos discursos sobre a mulher nas mídias impressas.

Além disso, a opção pela animação também se relaciona com uma experiência pessoal vivenciada durante a minha formação acadêmica: a realização de um projeto animado anterior despertou interesse e envolvimento com essa linguagem, o que motivou sua retomada neste trabalho como forma de aprofundar a experimentação criativa e expandir as possibilidades expressivas do design gráfico. Dessa forma, o projeto final buscará transformar os dados obtidos na análise em uma narrativa visual autoral, que destaque aspectos como composição gráfica, fotografia e simbologia das capas.

Trata-se de um projeto autoral e crítico, no qual me posiciono enquanto designer e mulher, com o intuito de promover uma reflexão sensível e informada sobre os modos de representação do feminino construídos historicamente pela mídia. A proposta se insere no campo do design como prática discursiva, e a animação será concebida como um manifesto visual que transforma os dados obtidos na análise em narrativa gráfica.

O público-alvo do projeto inclui estudantes, pesquisadores e profissionais das áreas de design, comunicação e estudos de gênero, bem como o público geral interessado nas interseções entre imagem, identidade e cultura visual. O contexto de circulação pretendido compreende tanto o meio acadêmico, quanto plataformas digitais abertas,

como YouTube e redes sociais, de forma a ampliar o alcance e o impacto da reflexão proposta.

Assim, a animação não assume um caráter comercial ou promocional, mas sim investigativo e expressivo, visando contribuir para o debate crítico sobre a representação da mulher nas mídias e para a valorização do design como ferramenta de leitura e intervenção no mundo contemporâneo. Além disso, assume também um caráter científico e informativo, ao traduzir os resultados da pesquisa acadêmica em linguagem visual acessível, ampliando o alcance do conhecimento produzido e promovendo sua circulação para além dos muros da universidade.

3. FOTOGRAFIA E DESIGN

3.1 Fotografia como linguagem visual

Mais do que simples reprodução do mundo, a fotografia é uma linguagem visual que opera por meio de códigos, escolhas e gestos que constroem sentido. Desde sua origem no século XIX, ela vem sendo compreendida ora como espelho do real, ora como transformação ou mesmo como traço do real. Segundo Philippe Dubois, a fotografia não pode ser reduzida a uma imagem estática ou neutra, trata-se de um “ato fotográfico”, um processo que envolve tanto o momento da captura quanto o da recepção da imagem. A fotografia é, portanto, uma imagem em trabalho, inseparável de suas circunstâncias de produção e contemplação, uma “imagem-ato”.

Nesse sentido, Dubois (1993) afirma que a fotografia, embora seja gerada por um aparato técnico, carrega uma dimensão subjetiva, pois “implica ontologicamente a questão do sujeito, e mais especialmente do sujeito em processo”. Essa perspectiva aproxima a imagem fotográfica da linguagem: não apenas mostra, mas atua, ela significa, afeta e transforma.

De forma semelhante, Vilém Flusser (1985) argumenta que a fotografia, embora produzida por um dispositivo técnico automatizado, a chamada caixa preta, não é destituída de intencionalidade. O fotógrafo atua como um programador que explora as possibilidades do aparelho, escolhendo entre combinações quase infinitas de enquadramentos, ângulos, luzes e composições. A fotografia, assim, é uma linguagem com sintaxe própria, cujas regras são parcialmente pré-determinadas pela tecnologia, mas cuja operação exige criatividade e subjetividade.

Essa complexidade formal e simbólica faz da fotografia uma ferramenta potente de construção de sentido visual. Roland Barthes (1984), por sua vez, contribui para essa discussão ao destacar a dimensão afetiva da imagem fotográfica, ressaltando que ela carrega sempre o “isso foi”, uma evidência da presença que já passou, do tempo que se inscreve na imagem como ausência e como memória. O conceito de *punctum*, o detalhe

que atravessa o observador, mostra como a fotografia pode ativar camadas emocionais profundas, tornando-se muito mais que uma representação: um dispositivo de evocação.

Com isso, se torna evidente que a fotografia deve ser compreendida como linguagem visual, dotada de forma, estrutura e intenção. No campo do design gráfico, essa concepção é fundamental, pois é justamente essa natureza simbólica e expressiva da imagem fotográfica que torna um elemento essencial na construção de narrativas visuais, especialmente em projetos que buscam mais do que comunicar, almejam impactar, sensibilizar e permanecer na memória.

3.2 Intersecções entre fotografia e design gráfico

A relação entre fotografia e design gráfico é marcada por uma constante troca de linguagens, códigos e funções. Desde os movimentos de vanguarda do início do século XX, como o construtivismo russo, a Bauhaus e o dadaísmo, a fotografia passou a ser incorporada ao design gráfico não apenas como ilustração, mas como parte estrutural da composição visual. As experimentações com fotomontagem, colagem, justaposição de imagens e texto demonstraram o potencial da imagem fotográfica para tensionar, narrar e ampliar o campo expressivo do design. Um exemplo emblemático desse encontro está nas capas da revista Harper's Bazaar sob direção de arte de Alexey Brodovitch, onde a fotografia e o layout tipográfico se fundem em composições inovadoras.

Figura 4 – Capa da revista Harper's Bazaar, edição de março de 1959.
Autor: Alexey Brodovitch



Fonte: Fonte: BITICI, Tim. Alexey Brodovitch, capa da Harper's Bazaar, 1959. Fotografia de Richard Avedon. Via dredecarlo. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/538320961701233543/>

No design gráfico, a fotografia desempenha funções múltiplas: ela pode ilustrar, informar, emocionar, sugerir, provocar ou até contradizer o texto. Seu uso vai além da estética, atuando como dispositivo de construção de sentido. Quando integrada de maneira intencional, a fotografia não apenas complementa o projeto gráfico, mas o estrutura organizando o olhar, definindo hierarquias visuais e evocando simbologias.

Essa intersecção torna-se ainda mais rica quando se considera a relação entre imagem e tipografia. A convivência desses dois elementos na superfície gráfica pode gerar tensão, harmonia ou conflito, estratégias utilizadas de modo consciente pelos designers para criar impacto, surpresa ou fluidez na leitura. Em muitos casos, a fotografia deixa de ser apenas fundo ou apoio visual e torna-se o centro do discurso gráfico, como se vê nas capas de revistas e livros que buscam sintetizar visualmente conceitos editoriais complexos.

Além do aspecto técnico e compositivo, a fotografia agrega ao design uma dimensão simbólica e afetiva. Como linguagem carregada de temporalidade e memória, a imagem fotográfica atua como veículo de evocação e presença, aspecto explorado tanto em projetos editoriais quanto em campanhas publicitárias, cartazes culturais e identidades visuais. Designers como Bea Feitler, souberam explorar essas possibilidades de maneira criativa, mobilizando a fotografia em projetos que mesclam apelo emocional, crítica visual e força narrativa.

Figura 5 – Capa da revista Harper's Bazaar, edição de abril de 1969.

Autor: Bea Feitler



Fonte: JOHNNY BRITO. Essencial: designers brasileiros – Bea Feitler. Medium, 2021.
Disponível em: <https://johnnybrito.medium.com/essencial-designers-brasileiros-bea-feitler>

Dessa forma, o design gráfico não apenas absorve a fotografia como imagem, mas também como linguagem autônoma, que participa ativamente da construção de mensagens visuais. A intersecção entre essas duas áreas não é apenas técnica, mas conceitual: é no espaço da composição que fotografia e design dialogam, negociam sentidos e constroem experiências visuais significativas. Ao analisar esse encontro, torna-se possível compreender como o uso da imagem fotográfica pode enriquecer as estratégias comunicacionais do design, criando projetos mais sensíveis, conscientes e memoráveis.

4. DESIGN EDITORIAL

O design editorial é uma área do design gráfico voltada à organização e à apresentação de conteúdos textuais e visuais em produtos editoriais, como livros, jornais, revistas e catálogos. Mais do que a mera diagramação de páginas, o design editorial configura uma prática de mediação entre conteúdo, forma e leitor, articulando hierarquias visuais, estruturas narrativas e experiências de leitura.

Segundo Ellen Lupton (2010), o design editorial opera com princípios de organização visual que facilitam a navegação pelo conteúdo e contribuem para sua compreensão e impacto. Para ela, o design não apenas comunica, mas estrutura o próprio pensamento, sendo uma ferramenta para ordenar ideias e dar forma à informação. Nessa perspectiva, o projeto editorial não é neutro: ele molda sentidos, estabelece ritmos e orienta o olhar do leitor.

Richard Hollis (2006), ao discutir a história do design gráfico, destaca que o design editorial se desenvolveu como resposta às necessidades da indústria cultural e informativa moderna, especialmente no século XX, acompanhando transformações tecnológicas (como a fotocomposição e a impressão offset) e mudanças sociais (como a expansão da leitura e do consumo de informação). A evolução do design editorial acompanha, portanto, a história dos meios impressos e reflete tensões entre funcionalidade, estética e discurso.

Além disso, o design editorial está intrinsecamente ligado à noção de projeto gráfico, entendido como um processo de escolhas conscientes em relação à tipografia, à imagem, à grade, ao papel e à estrutura narrativa. Esse processo deve ser orientado por uma preocupação com a comunicação eficaz, considerando os objetivos do conteúdo e as necessidades do público. Assim, o design editorial é também uma prática ética e estratégica, que envolve decisões formais e conceituais.

No contexto atual, marcado pela convivência entre o impresso e o digital, o design editorial continua a desempenhar um papel fundamental na criação de experiências visuais que envolvem leitura, interpretação e emoção. Projetos editoriais bem-sucedidos conseguem transformar o conteúdo em linguagem visual coerente, potencializando sua capacidade de informar, emocionar e provocar reflexões.

4.1 Design editorial de Moda

O design editorial de moda representa uma vertente específica dentro do campo editorial, caracterizada pela centralidade da imagem e pela construção de discursos visuais em torno da estética, do corpo e do consumo. As revistas de moda, em particular, configuram-se como suportes híbridos, em que o jornalismo, a publicidade, a fotografia e o design gráfico se encontram, produzindo narrativas visuais complexas e simbólicas.

Essas publicações vão além de informar sobre tendências e estilos: elas constroem representações sociais e culturais sobre identidade, gênero, classe e beleza. O design editorial, nesse contexto, atua como mediador entre o conteúdo e o leitor, organizando visualmente as informações e potencializando o impacto comunicativo das imagens e textos. Em especial, a capa de revista, como elemento de maior destaque e visibilidade, sintetiza os valores, o posicionamento editorial e a estética do veículo.

4.2 Revistas femininas de moda e comportamento

As revistas femininas de moda e comportamento ocupam um espaço de destaque na cultura visual contemporânea, atuando como mediadoras simbólicas entre tendências estéticas, valores sociais e discursos sobre o papel da mulher na sociedade. Mais do que veículos voltados exclusivamente à moda, publicações como Claudia, Nova e Elle Brasil se configuram como espaços editoriais multifacetados, que abordam temas relacionados à aparência, mas também ao comportamento, à sexualidade, ao trabalho, à maternidade e às transformações sociais vividas pelas mulheres ao longo das décadas.

Cada uma dessas revistas adota uma abordagem editorial própria, com variações na linguagem visual, na escolha de pautas e na forma de representar o corpo, os desejos e a identidade da mulher. Em geral, são veículos que historicamente reforçaram ideais de glamour, sofisticação e beleza hegemônica, embora também tenham incorporado, ao longo do tempo, tentativas de diálogo com pautas contemporâneas ligadas à diversidade, à autonomia feminina, à subjetividade e à transformação dos papéis de gênero.

Nesse contexto, o estudo das capas de revistas femininas de moda e comportamento revela-se fundamental para compreender como a fotografia, em articulação com o design gráfico e com os discursos editoriais, atua na construção de representações visuais e simbólicas sobre o feminino. As imagens de capa funcionam como síntese visual das tensões, valores e representações sociais de cada período histórico, tornando-se objetos privilegiados para a análise crítica da cultura visual e das formas de mediação da imagem da mulher na mídia impressa.

4.3 Capas de revista como objeto de análise

A capa de revista ocupa um lugar privilegiado dentro do design editorial. Ela funciona como uma vitrine visual e simbólica do conteúdo da publicação, sendo responsável por atrair o olhar do leitor e comunicar, de maneira sintética, o tom editorial da edição. No caso das revistas de moda, essa função é amplificada pela forte presença da fotografia, que se apresenta não só como ilustração, mas como elemento narrativo e discursivo.

A fotografia de capa é cuidadosamente planejada para transmitir ideias específicas sobre estilo, identidade, gênero e comportamento, articulando elementos como direção de arte, figurino, expressão corporal, enquadramento e composição gráfica. A escolha da modelo, do fotógrafo e da equipe criativa envolvida também carrega significados culturais e simbólicos que impactam diretamente na leitura da imagem.

Ao assumir a capa como objeto de análise, torna-se possível investigar de que forma a fotografia contribui para a construção de representações sociais, especialmente no que diz respeito à figura feminina. Questões como o padrão de beleza promovido, a presença ou ausência de diversidade, a sexualização do corpo, a postura das mulheres retratadas e os contextos visuais em que estão inseridas revelam aspectos ideológicos e estéticos da cultura de moda em diferentes épocas.

A análise das capas permite, portanto, uma abordagem crítica sobre os modos de ver e representar o feminino, considerando tanto os avanços quanto as permanências e contradições presentes nas imagens que circulam amplamente na mídia impressa. Quando aliada ao design gráfico, a fotografia na capa torna-se um dispositivo de poder visual capaz de reforçar ou desafiar os discursos dominantes sobre a mulher na sociedade contemporânea.

5. EDITORA ABRIL

A Editora Abril desempenhou um papel central na modernização da imprensa no Brasil, especialmente no setor de revistas segmentadas. Fundada em 1950 por Víctor Civita, a empresa consolidou-se como uma das maiores editoras da América Latina, sendo responsável por importar modelos editoriais europeus e norte-americanos e adaptá-los ao contexto sociocultural brasileiro. Seu projeto editorial esteve profundamente articulado à lógica da indústria cultural, oferecendo produtos editoriais sofisticados, com forte apelo visual e linguagem acessível, voltados a públicos específicos em um mercado cada vez mais segmentado (MIRA, 2006; ABRIL, 2020). Nesse cenário, a Editora Abril destacou-se pela criação de revistas voltadas a diferentes perfis femininos, consolidando a imprensa feminina no país e contribuindo para a construção simbólica da mulher brasileira na mídia impressa.

Desde a década de 1950, a Editora Abril lançou uma ampla variedade de títulos femininos, cada um voltado a um público-alvo específico. *Capricho*, publicada inicialmente em 1952 como uma revista de fotonovelas e relançada em 1959 com um novo projeto gráfico voltado ao público adolescente, foi uma das primeiras experiências da editora com o universo feminino. Já *Claudia* (1961) marcou o início da imprensa feminina adulta da Abril, sendo criada com o objetivo de atender às mulheres urbanas da classe média, reunindo temas como moda, culinária, comportamento, maternidade e vida doméstica. Nos anos seguintes, surgiram outras publicações voltadas a diferentes segmentos do público feminino, como *Manequim* (1964), com foco em costura e estilo pessoal; *Carícia*, voltada a jovens em fase de descobertas afetivas; *Mulher Atual* (1990), com abordagem mais moderna e profissional; além das revistas de circulação internacional como *Marie Claire* (1991) e *Elle Brasil* (1988), voltadas a temas como moda, comportamento e estilo de vida cosmopolita. A diversidade desses títulos refletia uma estratégia editorial de segmentação refinada, que buscava capturar os múltiplos perfis e demandas do público feminino, alinhando-se ao crescimento do mercado consumidor e às transformações sociais impulsionadas pelos movimentos feministas (MIRA, 2006; MUNDO DAS MARCAS, 2009).

Em meio a esse leque expressivo de publicações, optei por analisar as revistas *Claudia*, *Nova* e *Elle Brasil*, considerando a relevância histórica, editorial e simbólica de cada uma delas em diferentes momentos da construção da imagem da mulher na sociedade brasileira. A escolha fundamenta-se no fato de que essas três revistas representam fases distintas do discurso sobre a feminilidade, com propostas editoriais e visuais próprias, que permitem observar a evolução no modo como o feminino foi representado ao longo das décadas.

A seleção também considerou o ano de lançamento de cada revista como um fator revelador de seu contexto histórico. *Claudia*, criada nos anos 1960, surge em um momento de consolidação da classe média urbana no Brasil e reforça um ideal feminino centrado na família e no lar. *Nova*, lançada nos anos 1970, reflete os ventos da revolução sexual e da segunda onda feminista, trazendo um discurso mais provocador e liberal. Já *Elle Brasil*, introduzida no final dos anos 1980, nasce em meio à globalização cultural e à valorização da estética da moda internacional, voltando-se a uma mulher cosmopolita e profissional. Dessa forma, ao escolher revistas de décadas distintas, uma por década a partir dos anos 1960, buscou-se compreender como os diferentes momentos históricos influenciaram diretamente na linguagem editorial, visual e simbólica dessas publicações.

Essa escolha cronológica, iniciada com *Claudia* como ponto de partida, permitiu traçar um percurso de análise que considera tanto as continuidades quanto as rupturas nos discursos visuais sobre o feminino, possibilitando uma leitura crítica da mídia impressa

como espaço de produção e disputa de significados sobre o papel da mulher na sociedade brasileira.

5.1 Cláudia (1961)

Fundada em 1961 pela Editora Abril, a revista Cláudia surgiu em um período de grande expansão do mercado editorial brasileiro e de consolidação de uma classe média urbana em ascensão. A década de 1960 foi marcada por transformações culturais e tecnológicas que impactaram a vida cotidiana, mas também por uma forte normatização dos papéis sociais de gênero, especialmente no contexto do regime militar instaurado em 1964. Nesse cenário, Cláudia se posicionou como uma publicação de referência voltada à mulher moderna, mas ainda profundamente vinculada aos valores tradicionais de feminilidade, domesticidade e elegância.

Desde o início, Cláudia se dirigia a mulheres brancas, heterossexuais e de classe média, com foco na figura da dona de casa ideal: uma mulher dedicada à família, ao lar e ao bem-estar dos filhos, mas também informada sobre moda, culinária, saúde e comportamento. A revista propunha um equilíbrio entre tradição e modernidade, encorajando a mulher a ser eficiente, bonita e educada, sem necessariamente questionar as estruturas patriarcais em vigor. A imprensa feminina nesse período atuava como um manual de conduta que naturalizava certos comportamentos e padrões estéticos como atributos essencialmente femininos. A identidade da leitora era moldada por um discurso que exaltava a abnegação, o cuidado e a sensibilidade como virtudes centrais da mulher.

O projeto gráfico das capas de Cláudia nos anos 1960 revelava uma estética sóbria e elegante, com forte influência das revistas norte-americanas. As composições apresentavam modelos em poses contidas, sempre bem vestidas e em ambientes domésticos ou neutros, sugerindo harmonia e serenidade. As cores eram suaves, a tipografia clara e os títulos enfatizavam temas como casamento, maternidade, moda e culinária.

Figura 6 – Conjunto de capas da revista Claudia, década de 1960.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados consultados em [Mercado Livre](#), [Shopee](#) e [Garota Vodu](#).

A fotografia nas capas de Claudia atuava como ferramenta de legitimação de um ideal feminino alinhado ao que Buitoni (2009) denomina de “sacerdotisa da beleza”: uma mulher cuja identidade está profundamente ligada à aparência, à postura moral e ao desempenho de papéis convencionais. As imagens não apenas ilustravam o conteúdo, mas participavam da construção de um imaginário visual poderoso, no qual a beleza era associada à ordem, à limpeza e ao bom gosto.

Ao analisarmos essas imagens, percebemos que a fotografia editorial de Claudia reforçava estereótipos de gênero, naturalizando a divisão entre o espaço público (masculino) e o espaço doméstico (feminino). A mulher representada era sempre jovem, magra, branca e disciplinada, um modelo excludente que pouco dialogava com a diversidade real da sociedade brasileira da época.

5.2 Nova (1973-2018)

Lançada em setembro de 1973 pela Editora Abril com o nome Nova, a revista foi a versão brasileira da Cosmopolitan, já incorporada à marca internacional no cabeçalho desde o início. Ela surgiu em um momento de acentuação do feminismo no mundo e de início da incipiente inserção feminina no mercado de trabalho brasileiro, ainda sob o regime militar, mas com mudanças sociais emergentes.

Nova direcionava-se principalmente a mulheres jovens (18–35 anos), ativas no mercado e na vida urbana, de classes A, B e C. Sua proposta editorial enfatizava a “nova mulher”: independente, profissional, interessada em sexualidade, moda e carreira. Abordava também relacionamentos, vida afetiva, saúde e beleza, aproximando-se de um perfil aspiracional, descontraído e moderno.

As capas de Nova adotavam design vibrante, com cores fortes, tipografia dinâmica e modelo em pose ativa. A fotografia era protagonista, sempre frontal e direta, com chamadas editoriais em destaque como “sexo no primeiro encontro”, “carreira” e “moda”, abordagem diferente do padrão contido das revistas anteriores.

Figura 7 – Conjunto de capas da revista Nova, década de 1970.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados consultados em [Mercado Livre](#) e [Shopee](#)

A fotografia editorial reforçava a mulher como consumidora consciente e agente de sua imagem. O corpo era apresentado como objeto de desejo, mas também como instrumento de auto afirmação sexual e profissional. Trabalhos como o de Carvalho & Carnielli (2005) mostram que Nova consolidava padrões de beleza quase irreais, associando corpo e consumismo estético.

5.3 Elle Brasil (1988-Atual)

A versão brasileira da revista Elle foi lançada em maio de 1988 pela Editora Abril, em um contexto de redemocratização do país e crescente internacionalização da cultura de

consumo. Em um cenário marcado pela valorização da moda como linguagem cultural e econômica, a Elle Brasil chegou ao mercado editorial como uma publicação sofisticada, conectada às tendências globais e voltada a um público feminino de classe média alta. Sua primeira capa, com a modelo Julie Kowarick fotografada por J.R. Duran, já apresentava os traços que marcariam sua identidade visual: uma estética arrojada, cosmopolita e autoral.

Voltada inicialmente a mulheres de 25 a 40 anos, pertencentes às classes A e B, Elle Brasil combinava moda, beleza, cultura e lifestyle com uma abordagem que transcendia a mera passarela. Seu público-alvo era composto por leitoras modernas, independentes e cosmopolitas, interessadas não apenas em tendências, mas também em debates sobre identidade, arte e consumo consciente.

Desde sua primeira edição, as capas da Elle Brasil adotaram uma estética “clean-chic”, caracterizada por um visual limpo e sofisticado, que combina minimalismo com elegância. Essa abordagem se manifesta em fotos autorais geralmente em close-up, com composição refinada e iluminação cuidadosa; tipografia discreta e moderna, que privilegia o impacto visual da imagem; e o uso estratégico de espaços em branco (espaço negativo), que reforçam a leveza e o foco na figura feminina.

Figura 8 – Conjunto de capas da revista Elle Brasil, década de 1980.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados consultados em [Mercado Livre](#) e [Shopee](#).

6. SELEÇÃO DAS CAPAS

A seleção das nove capas analisadas neste trabalho (três de cada uma das revistas Claudia, Nova e Elle Brasil) foi realizada por meio de um processo de curadoria visual, estruturado a partir de uma amostragem inicial mais ampla. Para cada revista, foi definido um recorte temporal correspondente a uma década distinta: Claudia (1961–1970), Nova (1973–1982) e Elle Brasil (1988–1997). Esse recorte visa observar, em diferentes momentos históricos, como a imagem da mulher foi construída visual e simbolicamente nas capas de revistas femininas brasileiras.

A seleção inicial envolveu dez capas por revista, coletadas a partir de acervos digitais informais disponíveis na internet, como blogs especializados em publicações vintage (por exemplo, “Garota Vodú”) e, principalmente, sites de venda voltados a colecionadores, como Shopee² e Mercado Livre³. Essas plataformas oferecem registros de capas em boa qualidade e ampla diversidade, sendo úteis na ausência de acesso direto aos arquivos institucionais das editoras.

Como resultado da curadoria, foi elaborada uma planilha de controle visual que serviu como instrumento metodológico de organização, comparação e posterior análise das capas. A planilha foi estruturada com os seguintes campos:









- **Capa (imagem);**
- **Revista;**
- **Mês/Ano;**
- **Diretor/Editor;**
- **Fotógrafo ou ilustrador;**
- **Cor do fundo** (paleta cromática);
- **Imagem** (fotografia ou ilustração);
- **Diagramação** (estrutura do layout);
- **Chamada** (frases de capa e títulos principais);
- **Logotipo;**
- **Formato fechado.**

¹ Link do blog Garota Vodú: <https://garotavodu.blogspot.com/2013/01/capas-antigas-revista-claudia.html>

² Link da shopee: <https://www.shopee.com.br>

³ Link do Mercado Livre: <https://www.mercadolivre.com.br>

Figura 9 – Recorte da [planilha](#) com capas selecionadas

Capa	Revista	Mês/Ano	Diretor/Editor	Fotógrafo	Cor do fundo	Cor dos elementos (chamadas, elementos das capas)	Imagem	Diagramação	Chamada	Logo	Formato
	Claudia	nov./1961			Branca	Azul, dourado, preto e laranja	Ilustração	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"O Lar dos seus sonhos" "Moda"	Preta - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular
	Claudia	mai./1962			Branca	Azul, marrom, preto e vermelho	Ilustração	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"A hora da sobremesa " "Nova moda"	Preta - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular
	Claudia	jul./1962			Branca	Azul, roxo, preto, laranja e vermelho	Ilustração	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"Você é uma mãe moderna?" "Receitas"	Vermelha - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular
	Claudia	mar./1963			Branca	Azul, roxo, preto, laranja e vermelho	Ilustração	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"Enxoval do babá " "Moda para o outono?" "Sexo no casamento?"	Vermelha - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular
	Claudia	jul./1965	Victor Civita		Azul	Azul, branco, amarelo	Fotografia	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"O problema dos filhos " "Crianças : roupinhas para as férias?" "Moda para dia e noite?"	Amarela - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular 30x45cr
	Claudia	nov./1965	Victor Civita		Verde	Rosa, preto e branco	Fotografia	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"Cuide do coração do seu marido " "Nova Moda " "Penteados de verão?"	Rosa - sobrepondo a imagem - na parte superior	Retangular 30x45cr
	Claudia	mar./1967	Victor Civita	Lew Pamela (Diretor)	Branca	Roxo, cinza, marrom, azul, amarelo, rosa e verde	Fotografia	Fotografia dentro de um retângulo na parte inferior da capa - chamadas centralizadas encima da imagem	"Primeiro dia de aula " "A profissionalização da mulher"	Mudança no logo - roxo - na parte superior	Retangular 30x45cr
	Claudia	jun./1968	Victor Civita	Lew Pamela (Diretor), João Tavares, Roger Bastier e Nelson Di Rago (Fotógrafos)	Rosa	Branco, preto e amarelo	Fotografia	Chamadas no espaço vazio deixado pela fotografia	"Nina quarta criança sem mãe " "Cuide bem da sua peruca " "Mude de vida: Mude de rosto"	Branco - na parte superior	Retangular 30x45cr

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados consultados em [Mercado Livre](#), [Shopee](#) e [Garota Vodu](#).

Essas categorias foram definidas por sua relevância na investigação das representações visuais da mulher, articulando aspectos do design gráfico, da fotografia editorial e do discurso simbólico. A descrição sistemática desses elementos permitirá uma análise mais aprofundada e conectada aos três níveis adotados na metodologia: o visual, o discursivo-editorial e o sociocultural.

Dentro da amostragem de dez capas por revista, foram selecionadas três, considerando dois critérios principais: 1) a identificação de mudanças visuais significativas em relação às edições anteriores da mesma década, revelando deslocamentos no discurso editorial; e 2) o impacto estético e simbólico percebido durante a curadoria, apontando relevância para os objetivos do trabalho e para o desenvolvimento do projeto autoral.

6.1 Análises das capas

6.1.1 Claudia

Figura 10 – Capa da revista Claudia, edição de novembro de 1961.



Fonte: GAROTA VODU. Capas antigas da revista Claudia. Blogspot, 2013.
Disponível em: <https://garotavodu.blogspot.com/2013/01/capas-antigas-revista-claudia.html>

Análise visual (dimensão sintática):

O projeto gráfico desta capa é marcado pelo uso predominante da ilustração, o que era comum nas edições iniciais da revista Claudia durante os anos 1960. A escolha de representar a figura feminina por meio de traços idealizados, em vez de uma imagem realista, revela uma intenção simbólica: a mulher aparece loira, de pele clara, bem penteada, com unhas feitas e expressão delicada, uma composição que reforça um arquétipo de feminilidade idealizada.

A figura ocupa grande parte do layout, centralizada, com fundo branco que valoriza a personagem e reforça uma atmosfera de leveza, pureza e organização. A paleta cromática suave é composta por azul-claro no figurino, dourado nos cabelos e toques de laranja e azul nos títulos, criando contraste complementar e harmonia visual. O azul transmite serenidade e domesticidade, enquanto o dourado evoca sofisticação.

A tipografia utilizada no nome da revista Claudia pertence à família Didone, um estilo tipográfico surgido no final do século XVIII, marcado por alto contraste entre traços finos e grossos, serifas retas e acabamento elegante. Esse tipo de letra foi amplamente adotado por publicações de moda e luxo ao longo do século XX, especialmente em revistas como Harper's Bazaar, sendo frequentemente associado a um universo editorial sofisticado, feminino e aspiracional. Esse estilo expressa com clareza e rigor os valores do classicismo e da elegância editorial, tendo sido projetado para transmitir autoridade e refinamento (HOEFLER&Co, s.d.). Ao utilizar uma Didone com corpo grande, centralizada

no topo da capa, Claudia insere-se nesse repertório visual que reforça valores como elegância, autoridade editorial e sofisticação, dialogando diretamente com o público feminino de classe média que buscava referências de bom gosto e comportamento.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas presentes na capa enfatizam os papéis tradicionais atribuídos às mulheres naquele período: “O lar dos seus sonhos” e “A moda de Claudia” remetem ao universo doméstico e à aparência como elementos centrais da identidade feminina. O uso da segunda pessoa do singular (“os seus sonhos”, “você e o verão”) cria uma relação de proximidade com a leitora, estabelecendo um tom intimista e instrutivo, típico da linguagem editorial da época. A escolha vocabular reforça um ideal de felicidade feminina atrelado ao consumo, à moda e ao cuidado com o lar.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Publicada em novembro de 1961, essa capa reflete o modelo conservador de feminilidade vigente no Brasil do início dos anos 1960. A mulher é retratada como branca, vaidosa, recatada e voltada para a vida privada. Nesse contexto, o discurso dominante promovia a figura da “dona de casa exemplar”, alinhada às expectativas sociais de submissão, doçura e dedicação ao lar. A idealização da imagem feminina, construída tanto visual quanto verbalmente, dialoga com o perfil da leitora média da época e revela a função pedagógica da revista: instruir a mulher sobre como se portar, vestir-se e ocupar seu espaço de forma adequada segundo os valores sociais vigentes.

Apesar de alguns avanços no debate sobre os direitos das mulheres já se iniciarem no Brasil, como o direito ao voto e ao trabalho, a esfera pública ainda era majoritariamente masculina. A representação desta capa confirma o predomínio da perspectiva patriarcal e da valorização da domesticidade como destino natural da mulher.

Figura 11 – Capa da revista Claudia, edição de julho de 1965.



Fonte: SHOPEE. Revista Claudia N° 46, Julho de 1965. Disponível em:

<https://shopee.com.br/Revista-Claudia-N%C2%BA-46-Julho-de-1965-Gina-Lollobrigida-Pearl-Buck-Cozinha-Moda-Comportamento-i.467084769.22897366728>

Análise visual (dimensão sintática):

O projeto gráfico desta edição é caracterizado pelo uso da fotografia em close, que centraliza o rosto de uma jovem mulher loira, de pele clara e sardas visíveis. A expressão da modelo é séria e contida, com olhar direto à câmera, o que confere à imagem um ar introspectivo. O fundo azul uniforme cria um contraste complementar com o tom dourado dos cabelos, intensificando o foco visual na figura. A composição é simples, limpa e elegante, atributos reforçados pelo uso da tipografia serifada em caixa alta para o título Claudia, agora em um tom amarelo vivo, que se destaca do fundo, conferindo leveza e sofisticação.

As chamadas editoriais estão organizadas à direita da imagem, com uso de fontes em branco e amarelo, criando uma hierarquia visual clara, sem sobrecarregar o layout. Essa organização preserva a centralidade da imagem e reforça a clareza gráfica, características recorrentes no projeto da revista ao longo da década.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

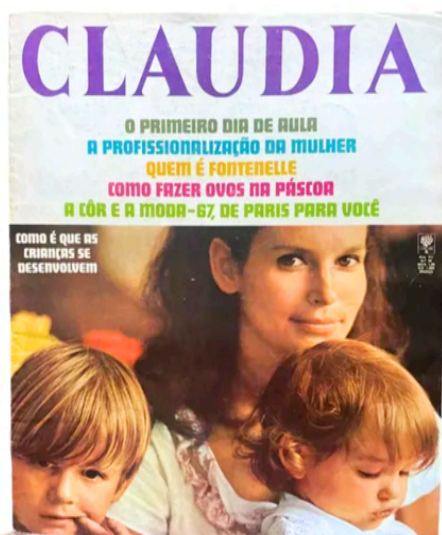
As chamadas reforçam a visão da mulher como cuidadora e gestora da casa e da aparência. Expressões como “Desquite: o problema dos filhos”, “Como evitar as rugas”, “Moda para dia e noite” e “Faça lençóis de sonho” reiteram os papéis tradicionais de mãe, esposa e dona de casa. A linguagem é direta e normativa, estabelecendo orientações práticas para que a leitora desempenhe com eficiência suas funções domésticas e preserve sua beleza. Ao mesmo tempo, a publicação ainda não apresenta abertura

explícita para pautas voltadas à autonomia feminina, mantendo-se alinhada ao modelo conservador da época.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Publicada em 1965, durante o regime militar brasileiro, essa capa reflete o ideal de feminilidade valorizado pelo discurso hegemônico do período: mulheres brancas, recatadas, belas e domesticamente eficientes. A ausência de sorrisos e a sobriedade da expressão facial da modelo evocam um clima de contenção, coerente com o contexto de vigilância moral e política instaurado pela ditadura. Ainda que o Brasil estivesse vivendo transformações econômicas e urbanas, os papéis de gênero continuavam rigidamente demarcados, e a mulher era incentivada a manter-se no espaço privado como símbolo de estabilidade familiar.

Figura 12 – Capa da revista Claudia, edição de março de 1967.



Fonte: MERCADO LIVRE. Revista Claudia 67: Sammy Davis Jr, Cardinale, Nara Leão, Fontenele. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/claudia-67-sammy-davis-jr-cardinale-nara-leao-fontenele/up/MLBU773572944>

Análise visual (dimensão sintática):

Diferentemente das capas anteriores, esta edição apresenta alterações significativas no projeto gráfico, indicando uma possível transição editorial ou edição especial. A fotografia ocupa apenas a metade inferior da capa, inserida em uma estrutura de caixa, enquanto a metade superior é dominada por chamadas editoriais organizadas em blocos coloridos (verde, azul, rosa, amarelo e cinza). Essa divisão altera completamente a hierarquia gráfica da página, deslocando o foco visual direto da imagem para o conjunto editorial.

A tipografia do logotipo Claudia também se apresenta diferente: menos alongada, com serifas mais suaves e menor contraste entre traços finos e grossos. Essas modificações tipográficas suavizam a sofisticação clássica da Didone tradicional e conferem à marca um

aspecto mais contemporâneo, talvez para acompanhar o tom mais “familiar” ou acessível da imagem e das pautas abordadas.

A fotografia mostra uma mulher branca, de cabelos castanhos, com duas crianças pequenas, em um ambiente doméstico acolhedor. A paleta cromática traz tons terrosos e pastel, reforçando a sensação de intimidade e afeto. A expressão serena da mulher, combinada à simplicidade do figurino, constrói uma imagem materna próxima do cotidiano, afastando-se da figura glamourosa vista nas capas anteriores.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas editoriais evidenciam uma ambiguidade discursiva característica do período. Pautas como “O primeiro dia de aula”, “Como fazer ovos na Páscoa” e “Como é que as crianças se desenvolvem” reafirmam o papel tradicional da mulher como cuidadora e educadora. Entretanto, a presença do tema “A profissionalização da mulher” representa um movimento em direção à ampliação dos papéis femininos. Essa inclusão revela a tentativa da revista de dialogar com uma mulher moderna, que se interessa por sua inserção no mercado de trabalho, ainda que esse discurso apareça em meio a conteúdos domesticados e afetivos.

A organização das chamadas em blocos cromáticos também reflete uma intenção editorial de diversificar visualmente os assuntos, o que contribui para dinamizar a leitura e reforçar a ideia de pluralidade temática.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Em 1967, o Brasil vivia uma fase de transição: o regime militar ainda estava em consolidação, e o país passava por um processo de modernização conservadora⁴ (PIRES; RAMOS, 2009), marcado por avanços materiais sem rupturas significativas nas estruturas sociais e de gênero. A mulher começa a ser representada como consumidora e eventualmente como trabalhadora, mas sem abrir mão dos valores tradicionais associados à maternidade, ao lar e ao cuidado.

A capa reflete essa tensão: ao mesmo tempo em que traz uma figura feminina envolvida com os filhos em um cenário íntimo e afetuoso, insere de forma sutil o discurso da profissionalização. Trata-se de uma ampliação controlada do papel feminino, que permite à mulher “modernizar-se” desde que mantenha intactos os valores familiares.

A alteração no layout e na tipografia pode indicar uma tentativa da revista de acompanhar essas mudanças sociais, ajustando seu discurso visual para refletir uma nova mulher, ainda atrelada ao espaço doméstico, mas em diálogo com novas possibilidades de identidade.

⁴ “Modernização conservadora” refere-se a um processo de modernização que mantém estruturas sociais desiguais. No Brasil, especialmente durante o regime militar, isso se deu com avanços econômicos e tecnológicos sem mudanças na concentração de poder, preservando o autoritarismo e a exclusão social.(PIRES; RAMOS, 2009).

6.1.2 Nova

Figura 13 – Capa da revista Nova, edição de outubro de 1973.



Fonte: STRABELLI. Revista Claudia, item 295. Disponível em: <https://strabelli.com/item.php?id=295>

Análise visual (dimensão sintática):

A primeira edição da Nova se destaca por sua estética fotográfica marcadamente sensual. A imagem traz uma mulher de pele clara, cabelo solto com volume, maquiagem marcada e vestido azul cintilante, com decote profundo. O fundo neutro permite que o corpo e o rosto da modelo ocupem o centro das atenções, com iluminação frontal suave, valorizando a pele e os volumes do tecido.

A tipografia do logotipo “Nova” é moderna, em caixa alta, sem serifa e pouco espaçada, transmitindo clareza, leveza e contemporaneidade, muito diferente da elegância clássica serifada da revista Claudia. As chamadas editoriais estão dispostas ao redor da imagem, com alinhamento em bloco nas laterais e uso de uma tipografia sans serif em branco, que contrasta com o fundo escuro.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

Lançada em plena ditadura militar, essa primeira edição da Nova inaugura um novo tipo de discurso feminino nas bancas brasileiras: ousado, confessional e voltado ao prazer. No entanto, apesar de aparentar romper com o conservadorismo das revistas tradicionais, a publicação já nasce mediada por um forte olhar masculino. A fotografia sensual, o enquadramento centrado no decote e o tipo de maquiagem e figurino escolhidos são sinais de uma estética que se inspira na mulher desejável aos olhos do homem, não necessariamente em sua autonomia visual ou discursiva.

Esse padrão se repete nas pautas: embora fale sobre prazer feminino e independência financeira, o foco quase sempre gira em torno de como ser bem-sucedida no jogo do amor, do sexo e da aprovação masculina. A Nova atua como um vetor de uma liberdade regulada, construída por homens para mulheres, onde o empoderamento vem com roteiro, teste e instrução.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Publicada no início da década de 1970, essa edição da Nova chega ao mercado brasileiro com a proposta de ser a versão local da americana Cosmopolitan, trazendo consigo os ideais do feminismo liberal e do hedonismo urbano. Em plena ditadura militar, a publicação causou impacto ao falar abertamente sobre sexualidade feminina, independência financeira, carreira e prazer, desafiando a representação tradicional e recatada da mulher. A revista inaugura um novo discurso editorial no país, em sintonia com as transformações internacionais sobre o papel da mulher na sociedade.

Figura 14 – Capa da revista Nova, edição de novembro de 1974.



Fonte: FACEBOOK. Post no grupo “MODA BRASIL”. Disponível em:
<https://www.facebook.com/groups/668808177040035/posts/1641863783067798/>

Análise visual (dimensão sintática):

A capa de novembro de 1974 rompe com os padrões de branquitude que marcaram as publicações femininas até então. Naomi Sims, modelo norte-americana, aparece sorrindo suavemente, com uma flor no cabelo, em pose de leveza e acolhimento. O fundo alaranjado em degradê dialoga com a paleta terrosa e quente, conferindo aconchego visual. O vestido claro e fluido com decote profundo mantém a estética sensual da revista, mas em uma abordagem mais suave e elegante.

O logotipo segue o mesmo padrão tipográfico da revista: caixa alta, sem serifa, pouco espaçada e branca. As chamadas estão organizadas em duas colunas verticais, em branco.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas editoriais mantêm o foco em temas ligados à sexualidade, aparência e relações afetivas. Títulos como “O primeiro filho pode ameaçar sua vida sexual? Você está preparada para isso?” e “O que as mulheres pensam de seus órgãos genitais” podem parecer, à primeira vista, avanços em termos de intimidade feminina, mas ainda são conduzidos dentro de uma lógica normativa e autocorretiva, voltadas ao olhar do homem. O corpo feminino aparece como objeto de análise, não para que a mulher se compreenda por si, mas para que se ajuste às expectativas do outro.

A linguagem é próxima, confessional e direta, com forte apelo emocional, mas está sempre voltada à performance afetiva e sexual da mulher, seja para manter o desejo do parceiro, seja para lidar com as consequências da maternidade. Há também menção à política do corpo e à luta pelo divórcio (“Nelson Carneiro ainda pode ganhar a luta pelo divórcio no Brasil!”), indicando um discurso editorial mais engajado.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

A escolha de Naomi Sims como capa é simbólica e inovadora: trata-se da primeira mulher negra na capa da Nova brasileira, apenas um ano após sua aparição histórica na Cosmopolitan americana. Em um Brasil ainda profundamente marcado pelo racismo estrutural, a presença de Sims não apenas representa uma abertura editorial, mas também marca um ponto de tensão: a visibilidade da mulher negra ainda está atrelada a padrões hegemônicos de beleza e à exotização da sensualidade.

No campo dos direitos civis, a década de 1970 no Brasil era marcada por pressões sociais por liberdade, embora em um contexto de censura e repressão. A revista Nova funciona aqui como um canal de modernidade controlada, dando visibilidade a novos temas, mas ainda reproduzindo certos limites ideológicos.

Figura 15 – Capa da revista Nova, edição de março de 1979.



Fonte: MERCADO LIVRE. Revista Nova Cosmopolitan N°66: Renée Russo, Nara, Reginaldo F. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/revista-nova-cosmopolitan-n-66-renee-russo-nara-reginaldo-f/p/MLBU76691291>

Análise visual (dimensão sintática):

Nesta capa, há uma mudança perceptível na fotografia: a modelo é retratada em plano americano, com o corpo enquadrado do joelho para cima, em contraste com o meio primeiro plano das edições anteriores. A pose é firme e confiante, com as mãos na cintura, cabeça levemente inclinada e expressão séria. A roupa, um macacão roxo justo com decote profundo e cinto largo, reforça a imagem de uma mulher sensual, porém poderosa. O fundo lilás cria um ambiente monocromático que destaca ainda mais a modelo.

O logotipo e a disposição das chamadas mantêm o mesmo padrão das edições anteriores. Nesta edição, no entanto, uma das chamadas aparece em destaque dentro de uma caixa delimitada apenas por um fio, ganhando mais evidência visual.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

Os temas continuam centrados em autoestima, sexualidade, aparência e relações. Chamadas como “Qualquer mulher (mesmo a mais feinha) pode ter um incrível poder sexual sobre os homens” revelam um tom provocativo e irônico, que busca empoderar a leitora sem abandonar os padrões de beleza como referência central. Ao mesmo tempo, surgem pautas mais consistentes sobre carreira e autonomia: “Guia de 16 páginas com tudo que você precisa saber para se realizar profissionalmente”, o que sinaliza uma valorização crescente da mulher no mundo do trabalho.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

No fim da década de 1970, o Brasil vivia os primeiros sinais de abertura política e mudanças culturais mais visíveis. O discurso da mulher moderna já estava mais consolidado, e a revista Nova se posiciona como um espaço de mediação entre prazer, liberdade, sensualidade e realização profissional. A mudança no enquadramento fotográfico, apresentando o corpo inteiro da mulher em posição ativa, pode ser lida como uma metáfora visual para essa nova postura feminina: mais visível, mais autônoma, mais dona de si.

Ainda assim, nota-se que o discurso da revista segue ambíguo: reforça a liberdade sexual e profissional da mulher, mas ainda dentro de moldes heteronormativos e baseados na aparência física como capital simbólico.

6.1.3 Elle Brasil

Figura 16 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1988.



Fonte: PACCE, Lilian. "Elle" Brasil recria sua 1ª capa pra comemorar 30 anos de vida!, 04 jan. 2018. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/e-mais/elle-brasil-recria-sua-1a-capa-pra-comemorar-30-anos-de-vida/>

Análise visual (dimensão sintática):

A imagem da modelo Julie Kowarick, fotografada por J.R. Duran, aparece em meio primeiro plano, com olhar expressivo e maquiagem leve. A pose e o close no rosto sugerem atitude e presença, marcando a estreia da Elle com uma proposta visual ousada e refinada. A paleta verde e amarela dialoga com o logotipo da revista e remete à identidade brasileira reinterpretada sob o viés da moda. A tipografia do título, em letras serifadas da família Didone, remete ao padrão internacional da marca e comunica sofisticação. As chamadas variam entre branco e amarelo, em fonte que contrasta com a

do logotipo, sendo sem serifa e bem geométricas, organizadas de forma equilibrada, reforçando o caráter editorial moderno e alinhado ao universo fashion global.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas destacam o “estilo Elle”, promovendo moda como linguagem de expressão individual: “Adorável!”, “Use e ouse”, “O chic da moda”. O discurso editorial não gira em torno do lar, da maternidade ou do casamento, temas frequentes nas revistas femininas anteriores, mas sim da mulher como sujeito que consome, escolhe e se posiciona esteticamente. Essa linguagem aponta para uma nova figura feminina: urbana, ousada e conectada à cultura visual.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Lançada no fim da década de 1980, a Elle Brasil reflete a consolidação de uma nova mulher: urbana, consumidora, profissional e atenta à estética internacional. A revista surge como produto da globalização das imagens de moda, importando o modelo francês da Elle e adaptando-o ao público brasileiro de classe média ascendente. Apesar disso, a imagem da mulher ainda segue altamente padronizada: branca, magra, de feições eurocêntricas, mesmo em um país majoritariamente miscigenado.

A revista dialoga com os ideais de liberdade e estilo pessoal, mas ainda o faz dentro de uma lógica elitizada e aspiracional, reforçando que a liberdade feminina também passa ou depende do consumo e da estética.

Figura 17 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.



Fonte: SHOPEE. Revista Elle – Maria Lindkvist – Ano 3 – Número 5 – Maio 1990. Disponível em: <https://shopee.com.br/product/460686293/12015191805>

Análise visual (dimensão sintática):

A capa mostra uma modelo branca sorridente, usando um casaco de couro preto e carregando uma bolsa vermelha com o logotipo da revista em branco, que ocupa parte central da composição. A bolsa é, na verdade, um brinde comemorativo de aniversário, destaque visual e textual da edição, que celebra os 2 anos da Elle no Brasil. Essa integração entre moda, produto e marca reforça o posicionamento da revista como mediadora de tendências e objeto de desejo.

Um elemento gráfico importante é o modo como o logotipo ELLE interage com a fotografia: parte das letras aparece por trás da cabeça da modelo, enquanto outra parte sobrepõe levemente seu cabelo, criando um efeito de profundidade e integração visual entre imagem e marca. A paleta cromática é marcada por vermelho, preto, azul e branco, criando forte contraste visual. O fundo branco valoriza a figura, capturada em meio primeiro plano, em uma pose leve e dinâmica. As chamadas são distribuídas com hierarquia visual clara, em diversas cores e ao redor da imagem.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas apontam para uma mulher ativa e versátil: “Truques para gastar pouco e ser elegante”, “Descubra o sexo da nova era”, “Guia de cirurgia plástica”. O discurso da Elle aqui reforça a ideia de que a mulher pode tudo: ser sensual, independente, bem-sucedida, elegante e informada. Há uma valorização do prazer e da autoexpressão, mas sempre mediada por expectativas de performance corporal, controle emocional e estética idealizada. A liberdade, embora presente, vem com um manual implícito.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

Em 1990, o Brasil vivia um momento de abertura econômica e ascensão do mercado de consumo. A mulher da Elle aparece mais autônoma que nunca: ri, veste o que quer, experimenta o novo. Porém, essa mulher ainda é branca, magra, cisgênero e perfeitamente alinhada às normas de beleza da moda ocidental. A liberdade representada é maior que nas revistas das décadas anteriores, mas não é plena nem universal: ela continua reservada a quem pode consumir, adequar-se e circular nos espaços da moda e do desejo.

Figura 18 – Capa da revista Elle Brasil, edição de novembro de 1988



Fonte: MERCADO LIVRE. Revista Elle – Novembro de 1991 – Robert De Niro, Spike Lee. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/revista-elle--novembro-de-1991--robert-de-niro-spike-lee/up/MLBU1413980412>

Análise visual (dimensão sintática):

Nesta capa, a modelo negra Veronica Webb aparece em pose firme e sensual, usando uma blusa de tela transparente e sem sutiã, revelando os seios, batom forte e boné azul, um look que remete ao universo do street style nova-iorquino. O enquadramento médio valoriza tanto o corpo quanto a expressão segura da modelo, que encara a câmera com confiança e provocação.

Diferentemente das capas anteriores, a fotografia aparenta ter sido feita em ambiente externo ou simular um cenário real, com iluminação natural ou difusa, o que reforça o tom urbano, espontâneo e conectado ao cotidiano metropolitano. Esse afastamento do estúdio tradicional contribui para a construção de uma imagem mais casual e direta, alinhada com o espírito da edição (Agito em Nova York).

A tipografia do logotipo ELLE mantém-se fiel à tradição da marca: caixa alta, com serifa da família Didone, reforçando sua elegância e sofisticação. Esse estilo clássico cria um contraste marcante com a estética rebelde e urbana da imagem de capa. As chamadas aparecem em branco, posicionadas sobre a fotografia, com destaque para uma delas, inserida em um splash que destaca a informação.

Análise discursivo-editorial (dimensão semântica):

As chamadas reforçam o foco cultural da edição: “Agito em Nova York”, “Paetês, tafetás e o punk chic”, “A vez de Spike Lee, Veronica Webb e os artistas pop”. A Elle assume aqui uma postura mais cosmopolita, ligada à arte, à música, ao cinema e à diversidade. A mulher da capa representa não apenas beleza, mas cultura, atitude e inserção crítica no

mundo contemporâneo. Ainda que a sensualidade esteja presente, ela vem acompanhada de narrativa e contexto, e não apenas como ornamentação.

Análise sociocultural (dimensão pragmática):

No início da década de 1990, o Brasil vivia um momento de abertura econômica e consolidação da cultura urbana e midiática. A presença da modelo negra, Veronica Webb, na capa da revista Elle, reflete um movimento de ampliação nas representações femininas, acompanhando as transformações culturais que valorizavam a diversidade e o cosmopolitismo. A estética da capa, inspirada no street style nova-iorquino, dialoga com referências internacionais e reforça a imagem de uma mulher moderna, segura e conectada às tendências contemporâneas.

Ainda assim, essa liberdade de representação aparece de forma pontual, restrita a figuras internacionais e excepcionais, como Webb. A diversidade começa a ser incorporada ao imaginário da moda, mas de forma controlada e ainda distante da realidade da maior parte das mulheres brasileiras.

6.2 Conclusão da análise

A leitura das nove capas analisadas evidencia uma transformação significativa, ainda que marcada por contradições na construção visual e simbólica da mulher nas revistas femininas brasileiras entre as décadas de 1960 e 1990. Nas capas de Claudia, observa-se uma representação idealizada e conservadora da figura feminina, alinhada aos valores tradicionais da domesticidade, da docilidade e da contenção. O projeto gráfico dessas primeiras edições reforça esse ideal: o uso de ilustrações, paletas suaves, fotografias estáticas em close e tipografias serifadas do estilo Didone sustentam uma estética clássica e instrutiva, dirigida a uma mulher que deveria ser elegante, recatada e eficiente no lar.

A partir dos anos 1970, com a chegada da revista Nova, o discurso editorial adota um tom mais ousado e provocativo. A mulher passa a ser representada como desejada, sensual e moderna, com acesso ao prazer e ao consumo, embora ainda sob mediação masculina. Essa ambiguidade aparece também no projeto gráfico: as fotografias tornam-se mais marcantes, os enquadramentos mais reveladores (com destaque ao corpo), e a diagramação se torna mais dinâmica, acompanhando o estilo direto das chamadas e a promessa de uma nova liberdade.

Já nas capas da Elle Brasil, nos anos finais da década de 1980 e início dos anos 1990, há uma integração mais sofisticada entre imagem e design editorial. O projeto gráfico se alinha às tendências internacionais: uso expressivo de tipografia da família Didot, as letras mais alongadas são bem spacejadas e se sobrepõem mais sobre as imagens, às vezes sendo recortadas por elas, cores contrastantes, sobreposição intencional entre fotografia e logotipo, fotografias com iluminação natural e poses mais espontâneas. A mulher

representada é mais cosmopolita, ativa e multifacetada. Ela consome, trabalha, viaja, performa e experimenta. Ainda assim, essa pluralidade segue circunscrita por padrões normativos de beleza, consumo e comportamento. Apesar de avanços importantes, como a presença pontual de uma mulher negra na capa da Elle, essas imagens permanecem majoritariamente brancas, magras, jovens e alinhadas a um ideal aspiracional.

Em síntese, embora haja uma ampliação significativa nas formas de representar o feminino e uma evolução notável nos recursos do design gráfico e da linguagem visual ao longo das décadas, a liberdade que se apresenta continua sendo seletiva, performada e, muitas vezes, condicionada pelos limites simbólicos do mercado editorial.

7. PRÓXIMOS PASSOS

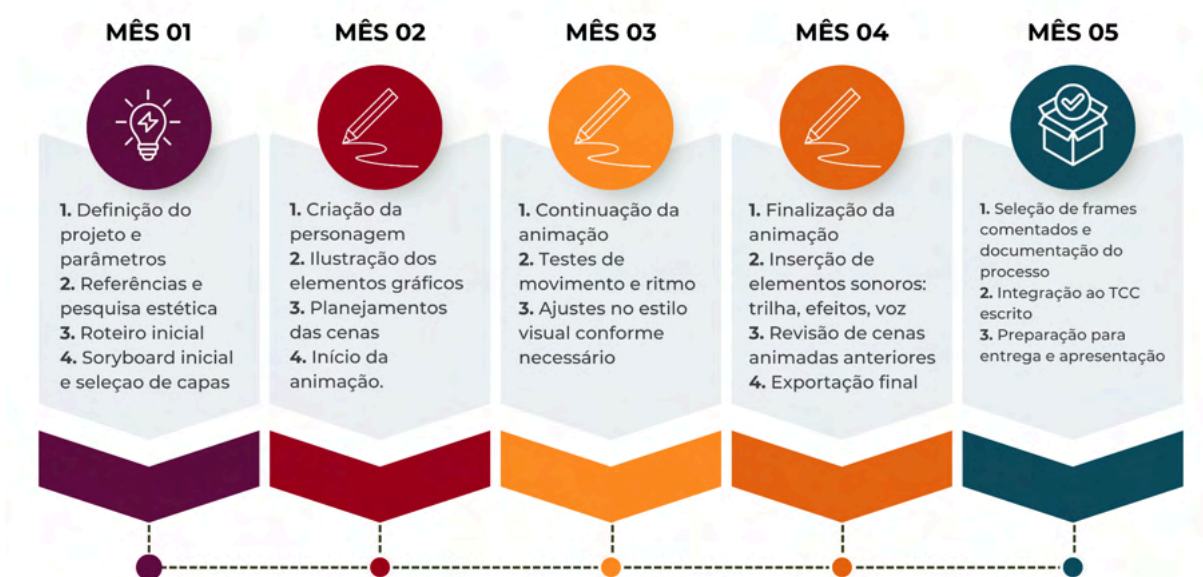
O presente anteprojeto consolidou as principais bases teóricas, metodológicas e analíticas da pesquisa, que tem como objetivo investigar como a imagem da mulher foi construída nas capas de revistas femininas brasileiras por meio da articulação entre fotografia editorial e design gráfico. A partir da análise de nove capas das revistas Claudia, Nova e Elle Brasil, lançadas pela Editora Abril entre as décadas de 1960 e 1990, foi possível observar transformações graduais na representação feminina, passando de um ideal conservador e doméstico para figuras mais modernas, sensuais e multifacetadas. Ainda assim, essas representações continuam majoritariamente atravessadas por padrões normativos de beleza, consumo e comportamento.

A investigação contemplou não apenas os elementos fotográficos das capas, como poses, enquadramentos, expressões e figurinos, mas também seus aspectos gráficos e editoriais, incluindo o uso da tipografia, paleta de cores, diagramação, estilo do logotipo e estrutura visual como um todo. A análise do projeto gráfico foi essencial para compreender como o design reforça ou tensiona os discursos simbólicos sobre o feminino em cada época retratada.

Como desdobramento dessas análises, o próximo passo será a produção de um projeto autoral em formato de animação. A proposta é traduzir visualmente os achados da pesquisa, apresentando de forma crítica e criativa, como as representações da mulher nas capas dessas revistas evoluíram ou se mantiveram ao longo das décadas. A animação irá explorar recursos visuais inspirados nas capas estudadas, incorporando referências de composição, estética gráfica e linguagem fotográfica, além de dos discursos de liberdade, feminilidade e normatividade identificados nas análises.

O cronograma de execução prevê etapas como a elaboração do roteiro visual, definição da linguagem estética da animação, experimentações gráficas e produção final do material, que será integrado ao TCC como síntese visual da pesquisa realizada.

Figura 19 – Cronograma preliminar para 2025.2.



Fonte: Elaborado pela autora, a ser desenvolvido na disciplina Projeto de graduação.

PARTE II - DESENVOLVIMENTO DO PROJETO FINAL (2025.2)

8. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO - ETAPAS MENSAIS

A PARTE II deste relatório apresenta o desenvolvimento do projeto final e demonstra como as decisões projetuais emergiram diretamente da análise das capas realizada na etapa anterior. Ao compreender como fotografia, tipografia, cor e composição constroem discursos sobre a mulher nas revistas Claudia, Nova e Elle Brasil, busquei transpor esses princípios para a linguagem visual da animação, transformando conceitos editoriais em escolhas estéticas e narrativas. O projeto evoluiu de uma proposta inicialmente ilustrativa para uma abordagem que combina colagem, experimentações com Inteligência Artificial e referências ao design editorial, resultando em uma obra que sintetiza tanto as permanências quanto as rupturas identificadas na pesquisa. Assim, cada decisão foi guiada pela intenção de traduzir, em movimento, as camadas simbólicas e visuais reveladas na análise das capas.

8.1 Mês 1: Concepção e Definição do Projeto

Após a apresentação do anteprojeto, uma das sugestões da banca foi explorar a possibilidade de desenvolver um ensaio fotográfico como desdobramento da pesquisa. Essa proposta dialogava diretamente com o eixo central do estudo, a relação entre fotografia editorial e design gráfico, ao mesmo tempo em que abriria espaço para reinterpretar criticamente as representações femininas das capas analisadas. Entretanto, após uma avaliação aprofundada das condições reais de produção, da disponibilidade de

tempo e dos recursos técnicos envolvidos, optou-se por não seguir esse caminho. O ensaio fotográfico exigiria logística complexa, incluindo locações, equipamentos, iluminação, figurino e modelos, além da necessidade de gerenciamento de equipe. Considerando o cronograma reduzido do semestre e a natureza individual do projeto, essa alternativa se mostrava inviável.

Nesse contexto, a animação emergiu como solução mais adequada. Além de sólida familiaridade prévia com a linguagem animada, o formato digital permitiria maior autonomia técnica e flexibilidade criativa, viabilizando um processo integralmente realizado em ambiente doméstico, com ferramentas acessíveis e sem exigências externas. Essa decisão preservou a coerência conceitual com o anteprojeto, mantendo o foco no design editorial, na fotografia e nas representações femininas, agora traduzidas para uma narrativa audiovisual.

Assim, a escolha pela animação se fundamenta em três eixos:

Viabilidade técnica - possibilidade de produção individual e digital;

Coerência conceitual - continuidade do enfoque nas capas e em seus discursos visuais;

Autonomia criativa - domínio prévio da linguagem e capacidade de execução dentro do prazo.

8.1.2 Fundamentação inicial: uso da linguagem pictórica

Como parte da orientação do projeto, foi incorporada a leitura de “Using Pictorial Language: A Discussion of the Dimensions of the Problem”, de Michael Twyman (1979). O texto se mostrou fundamental para estruturar os parâmetros comunicacionais da animação, uma vez que Twyman propõe um conjunto de dimensões aplicáveis ao uso de imagens na comunicação visual: propósito, natureza da informação, configuração, modos de apresentação, meios de produção, recursos, tipos de usuários e circunstâncias de uso.

A partir dessas dimensões, elaborou-se um quadro que orientou o projeto desde suas primeiras decisões, permitindo delimitar o propósito comunicacional da animação, seu enquadramento como produto visual híbrido (entre design gráfico e audiovisual) e suas condicionantes materiais e técnicas. Essa etapa inicial funcionou como eixo estruturante para definir o tom visual, a função narrativa da personagem e o papel das capas dentro da animação.

Figura 20 – Dimensões da linguagem pictórica (Twyman, 1979) aplicadas ao projeto.

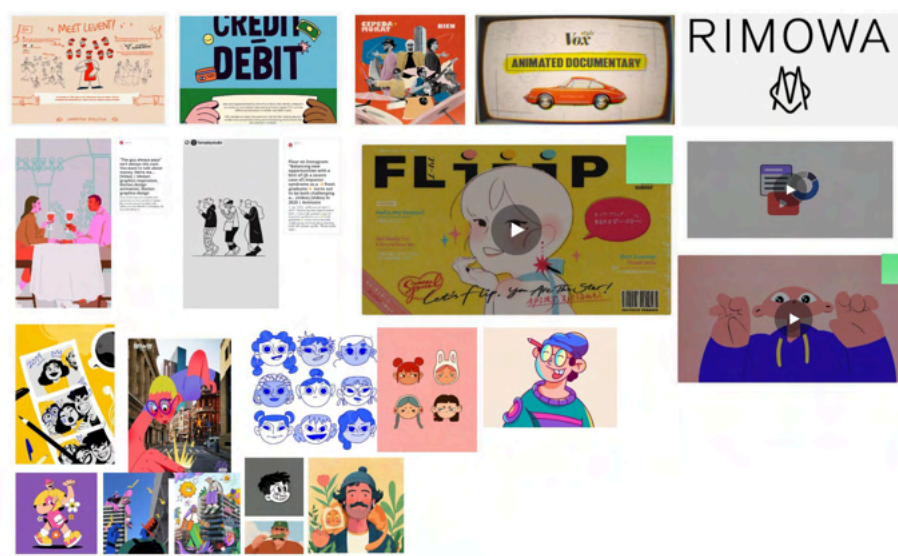
<p>Objetivo</p> <p>Transmitir informações de forma reflexiva e crítica. A intenção é sensibilizar designers em formação (e profissionais já formados) sobre o papel do projeto gráfico como ferramenta de construção de discursos e representações sociais.</p>	<p>Conteúdo da Informação</p> <p>Síntese da análise feita no anteprojeto: como as capas das revistas Claudia, Nova e Elle Brasil construíram e transformaram a representação da mulher, mostrando permanências e rupturas.</p>	<p>Configuração</p> <p>Organização cronológica (linha do tempo visual) ou temática (por camadas de análise: visual, discursiva, sociocultural).</p>
<p>Modo (Linguagem)</p> <p>Mistura pictórica (fotografia das capas, elementos gráficos+ilustrações) + verbal (tipografia animada com palavras-chave e mensagens de síntese).</p>	<p>Meios de Produção</p> <p>100% digital, produzido com softwares de animação e design (ex: Krita, After Effects, Illustrator, Photoshop).</p>	<p>Recursos</p> <p>Computador, softwares, habilidade, tempo</p>
<p>Usuários</p> <p>Designers em formação (principal público-alvo), mas acessível também a designers já atuantes. Perfil: jovens adultos, com repertório visual e interesse em design, comunicação e cultura visual.</p>	<p>Circunstâncias de uso</p> <p>Exibição em contexto acadêmico (recurso didático que professores podem usar para discutir design editorial, fotografia, representação da mulher, cultura visual etc.) e compartilhamento digital (YouTube, Instagram, Behance, etc.).</p>	

Fonte: *Elaborado pela autora.*

8.1.3 Referências visuais, roteiro e storyboard

Após a definição conceitual, o trabalho avançou para a etapa de pesquisa visual e planejamento narrativo. O primeiro passo foi uma busca de referências visuais, contemplando diferentes estilos de animação, uso de tipografia em movimento, colagem digital e composições que combinam imagem fotográfica e elementos gráficos. Essa etapa teve como objetivo estabelecer um repertório visual coerente com a proposta estética e discursiva da animação, além de auxiliar na definição da paleta de cores e do estilo gráfico.

Figura 21 – Quadro de referências visuais iniciais para a concepção estética da animação.



Fonte: *Elaborado pela autora.*

A partir dessas referências, foi elaborado o primeiro roteiro, estruturado de forma cronológica e temática, traduzindo os principais pontos do anteprojeto para a linguagem audiovisual.

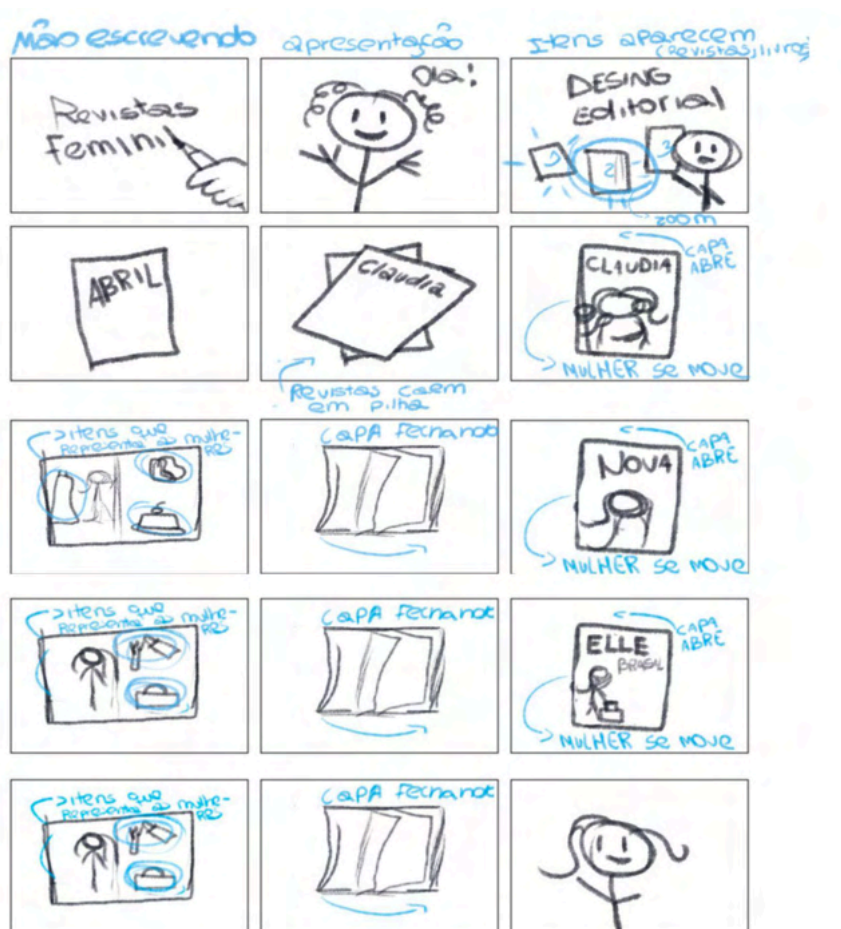
Figura 22 – Primeira versão do roteiro da animação.



Fonte: *Elaborado pela autora.*

Em seguida, desenvolveu-se um storyboard inicial, simples e funcional, cujo objetivo era visualizar a sequência das cenas e o ritmo da narrativa.

Figura 23 – Primeira versão do storyboard da animação.



Fonte: *Elaborado pela autora.*

Com o avanço das orientações, tanto o roteiro quanto o storyboard foram revisados e refinados para garantir maior clareza narrativa e fluidez visual. As modificações e suas motivações serão detalhadas nas próximas seções do relatório.

8.2 Mês 2: Estruturação Visual e Técnica

8.2.1 Seleção das capas

Para representar cada revista dentro da animação, foram selecionadas capas que sintetizam, de forma exemplar, os discursos visuais predominantes de suas respectivas épocas. A escolha privilegiou capas dotadas de forte valor simbólico, capazes de traduzir, em imagem, as transformações nos modos de representar a mulher entre as décadas de 1960 e 1990.

Assim, a seleção dialoga diretamente com os três níveis de análise utilizados no anteprojeto, visual, discursivo-editorial e sociocultural, e incorpora elementos como fotografia, cor, enquadramento e tipografia como operadores de significado. Cada capa escolhida funciona, portanto, como síntese gráfica e discursiva de sua década.

Claudia - 1961

A capa de novembro de 1961 foi selecionada por sintetizar de forma exemplar o imaginário feminino predominante no início da década de 1960. A representação ilustrada da mulher, de expressão suave, postura delicada e aparência impecável, reforça o ideal de feminilidade tradicional, marcado pela elegância, docilidade e dedicação ao lar. A chamada principal, “O lar dos seus sonhos”, evidencia a centralidade da vida doméstica como horizonte identitário da mulher, enquanto o projeto gráfico baseado em tipografia clássica e composição equilibrada traduz visualmente os valores de ordem, estabilidade e moralidade atribuídos à figura feminina naquele período. Essa capa representa o arquétipo da “mulher moderna” segundo os padrões da época: atualizada em aparência, porém ainda rigidamente vinculada ao espaço privado e às expectativas patriarcais que definiam seu papel social.

Figura 24 – Capa da revista Claudia, edição de novembro de 1961.



Fonte: GAROTA VODU. Capas antigas da revista Claudia. Blogspot, 2013.
Disponível em: <https://garotavodu.blogspot.com/2013/01/capas-antigas-revista-claudia.html>

Nova - 1975

A edição de 1975 foi escolhida por marcar uma ruptura simbólica e visual significativa em relação ao modelo tradicional de feminilidade. A fotografia apresenta uma mulher confiante, sensual e afirmativa, com sorriso aberto e corpo em destaque, vestindo um vestido vermelho vibrante que comunica autonomia e ousadia. As chamadas de capa abordam temas considerados tabus até então, como sexualidade, aborto e independência, traduzindo o espírito provocativo e libertário da revista em sua fase inicial. O fundo monocromático e a composição centrada reforçam o impacto gráfico e discursivo da imagem, que posiciona a mulher como protagonista de sua própria narrativa. Essa capa é representativa de um momento histórico em que a imprensa feminina passa a dialogar com a emancipação sexual e afetiva da mulher, ainda que permeada por contradições.

Figura 25 – Capa da revista Nova, edição de junho de 1975.



Fonte: ENJOEI. Revista Nova – Lívia Mund Rose Di Primo – Número 21 – Junho 1975. Disponível em: <https://www.enjoei.com.br/p/revista-nova-cosmopolitan-1975-livia-mund-rose-di-primo>

Elle - 1975

A capa de maio de 1990 foi selecionada por sintetizar a imagem da mulher contemporânea construída pela Elle Brasil no contexto urbano e cosmopolita do final do século XX. A fotografia apresenta uma mulher sorridente, segura e em movimento, vestindo jaqueta de couro e carregando uma bolsa com o logotipo da revista, elemento que simboliza a articulação entre identidade feminina e cultura de consumo. O projeto gráfico, marcado pelo uso de tipografia em negrito e cores contrastantes, reforça o caráter aspiracional e moderno da publicação. Além disso, as chamadas tratam de temas como cirurgia plástica, moda e comportamento, evidenciando uma mulher autônoma, mas ainda inscrita nos padrões estéticos e midiáticos da época. Trata-se de uma capa que expressa a ideia de liberdade, porém vinculada a novas expectativas sociais, reforçando a complexidade das representações femininas no final do século XX.

Figura 26 – Capa da revista Elle Brasil, edição de maio de 1990.



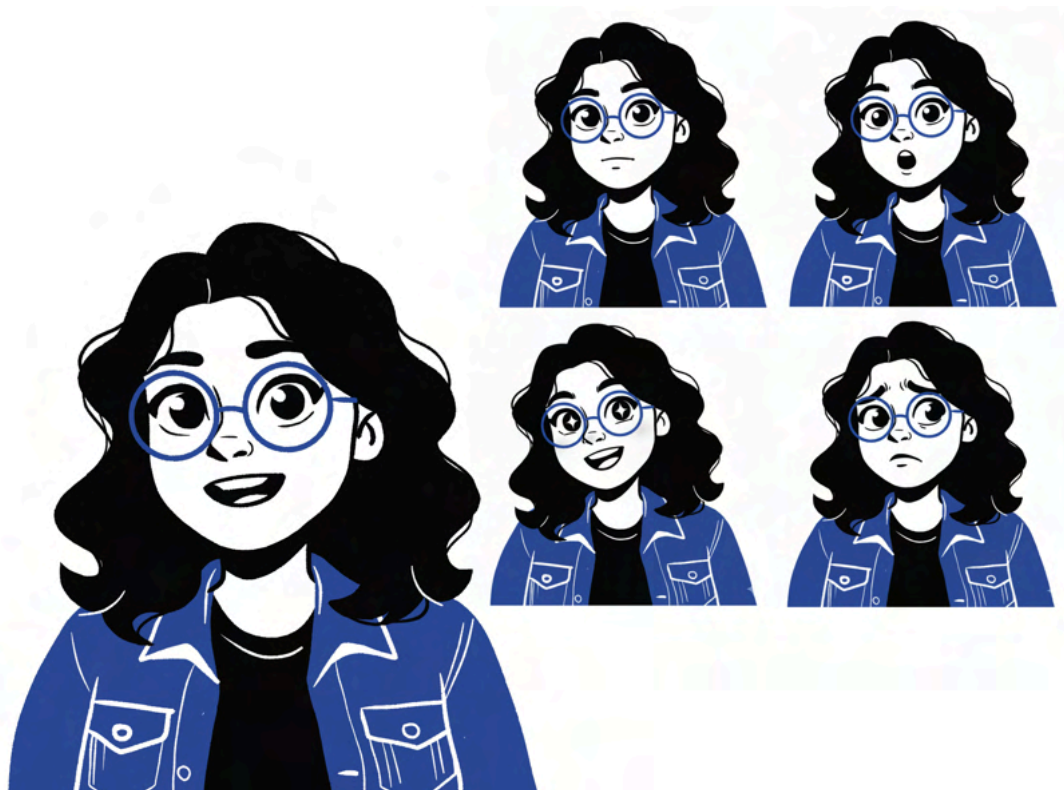
Fonte: SHOPEE. Revista Elle – Maria Lindkvist – Ano 3 – Número 5 – Maio 1990. Disponível em: <https://shopee.com.br/product/460686293/12015191805>

8.2.2 Criação da personagem

A concepção do projeto incluiu o desenvolvimento de uma personagem que atuaria como narradora e mediadora da animação. Inspirada na própria autora, a personagem foi pensada como guia da narrativa, aproximando a pesquisa do público-alvo e estabelecendo um elo entre as análises acadêmicas e a fruição audiovisual.

Desenvolvida inicialmente em 2D no software Krita, a personagem incorporava elementos pessoais, como o uso de óculos, a cor azul e traços característicos, reforçando o caráter autoral do projeto. Sua estética buscava simplicidade, expressão e leveza, facilitando a animação e garantindo coerência gráfica.

Figura 27 – Primeira versão da personagem.



Fonte: Elaborado pela autora.

8.2.3 Ilustração dos elementos gráficos

As ilustrações desenvolvidas nesta etapa foram concebidas como elementos complementares à narrativa visual da animação, contribuindo tanto para ambientar cada período histórico quanto para reforçar simbolicamente os discursos presentes nas capas das revistas. Mais do que simples ornamentos, esses objetos desempenham uma função narrativa clara: ajudam a conduzir o espectador pelas diferentes décadas representadas e a situá-lo dentro do universo visual específico de cada revista. A seleção dos objetos seguiu o mesmo princípio curatorial aplicado às capas, buscando representar, por meio de ícones visuais, os imaginários femininos característicos de cada época. Cada conjunto de elementos foi escolhido não apenas pelo reconhecimento simbólico, mas pela capacidade de sintetizar debates, valores e expectativas sociais dirigidas à mulher em cada período histórico abordado.

Ilustrações inspiradas em Claudia (década de 1960)

No caso da revista Claudia, as ilustrações foram guiadas pelo ideal de feminilidade doméstica e maternal que marcou o início dos anos 1960. Elementos como o vestido rodado, a aliança e o sapatinho de bebê foram selecionados por sua relação direta com o universo caseiro, evocando a figura da mulher cuidadora, dedicada ao lar e à família, um papel amplamente reforçado pelas capas da revista naquele período.

Figura 28 – Ilustração dos elementos gráficos da revista Claudia.



Fonte: Elaborado pela autora.

Ilustrações inspiradas em Nova (década de 1970)

Para Nova, dos anos 1970, foram escolhidos objetos relacionados à mulher urbana, independente e sexualmente autônoma. Ícones como a maquiagem, o espelho de bolsa e os anticoncepcionais remetem à emergência de novos discursos sobre liberdade sexual, autonomia corporal e emancipação feminina, temas centrais na linguagem editorial da revista durante essa década.

Figura 29– Ilustração dos elementos gráficos da revista Nova.



Fonte: Elaborado pela autora.

Ilustrações inspiradas em Elle Brasil (anos 1980 e 1990)

Já nas ilustrações referentes à *Elle Brasil*, foram selecionados elementos visualmente associados à ascensão da mulher no espaço público e profissional. Objetos como o drink e a maleta de trabalho remetem ao imaginário da mulher cosmopolita, inserida no mercado de trabalho e alinhada aos padrões estéticos e de consumo que marcaram as últimas décadas do século XX.

Figura 30- Ilustração dos elementos gráficos da revista *Elle Brasil*.



Fonte: *Elaborado pela autora.*

Durante o desenvolvimento das ilustrações, o estilo visual passou por uma adaptação importante. As primeiras versões eram coloridas; entretanto, à medida que a linguagem da animação se consolidava, marcada por uma estética handmade, baseada em colagens, anotações visuais e texturas de papel, optou-se por trabalhar os elementos em line art, com traços definidos e sem preenchimentos cromáticos. Essa decisão garantiu maior unidade estética e reforçou a ideia de que esses objetos funcionam como apontamentos analíticos dentro da narrativa. Mesmo assim, cada década recebeu um tratamento gráfico específico, inspirado em técnicas visuais históricas: para os anos 1960, foram utilizadas retículas, evocando o aspecto editorial característico das impressões da época; para os anos 1970, adotaram-se hachuras, criando uma textura mais gestual e orgânica que dialoga com a expressividade da década; e, para os anos 1980 e 1990, a referência principal foi a Pop Art, com contrastes marcados em preto e branco e contornos fortes, alinhados ao imaginário gráfico e cosmopolita desse período. Essas escolhas contribuíram para reforçar a temporalidade da obra, aumentando a coerência entre análise, direção de arte e narrativa animada.

A pesquisa estética que orientou essas escolhas consolidou uma identidade visual coerente para a animação, permitindo que os objetos ilustrados funcionem como marcadores temporais e conceituais dentro da narrativa. Ao dialogarem diretamente com a linguagem editorial e com os discursos das capas analisadas, essas ilustrações reforçam a ambientação de cada década e ampliam a compreensão crítica das representações femininas ao longo do tempo.

8.2.4 Primeiro contato com Inteligência Artificial

Durante esse mês, surgiu, por meio das orientações, a sugestão de testar ferramentas de Inteligência Artificial (IA) como forma de otimizar etapas complexas da animação. A proposta gerou, inicialmente, certo receio em relação à preservação da autoria, especialmente por se tratar de um projeto conceitualmente fundamentado em linguagem, discurso e representação. Ainda assim, a IA passou a ser vista como ferramenta complementar de experimentação, e não como substituta da prática de design. Essa abertura inicial se tornaria decisiva para o desenvolvimento das etapas seguintes, sobretudo no Mês 3, quando a IA foi incorporada de forma mais concreta ao processo produtivo.

8.3 Mês 3: Experimentações com Inteligência Artificial e Reformulação Conceitual

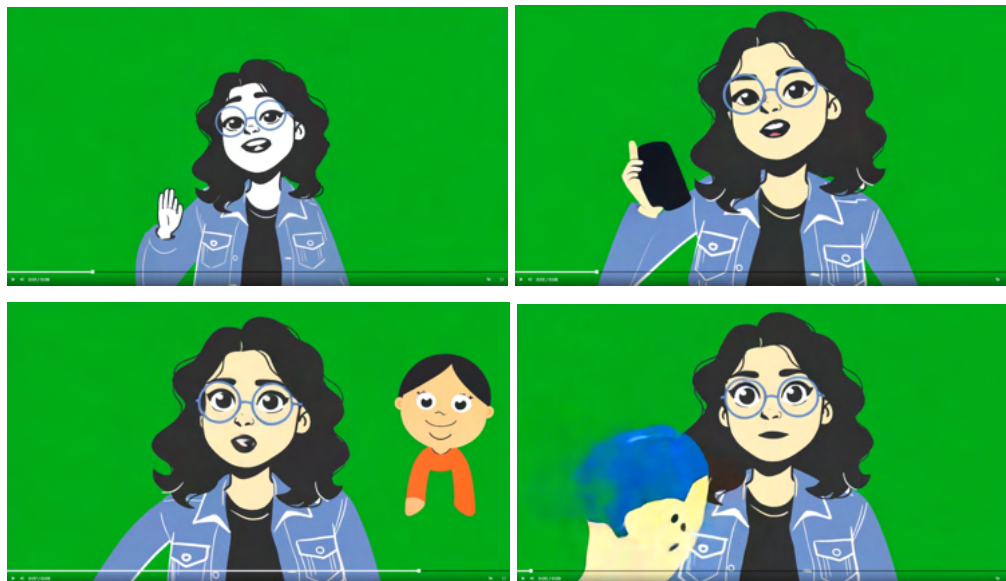
O terceiro mês marcou um ponto de inflexão no desenvolvimento da animação. Foi durante essa etapa que ocorreram as primeiras experimentações práticas com Inteligência Artificial (IA), tanto na animação da personagem quanto na das mulheres retratadas nas capas. Esses testes não apenas definiram caminhos técnicos e estéticos, mas também provocaram mudanças estruturais no roteiro, no storyboard e na própria concepção do projeto audiovisual. Mais do que um momento de produção, o Mês 3 representou uma fase de confronto entre expectativa e prática, levando a um amadurecimento teórico e projetual fundamental para as decisões dos meses seguintes.

8.3.1 Experimentações com a personagem: da animação 2D ao modelo 3D

A primeira etapa concentrou-se na animação da personagem que atuaria como narradora. Seguindo a lógica inicialmente planejada, os testes começaram com a versão em 2D desenvolvida no Krita. Para isso, utilizou-se o modelo Act Two, do Runway AI, que aplica movimento a partir de um vídeo de referência.

Apesar das expectativas, os resultados iniciais revelaram limitações significativas. A ferramenta apresentava falhas de deformação, inconsistências nos movimentos e perda de características essenciais do desenho original. O comportamento do sistema evidenciava que o modelo 2D não sustentaria a fluidez necessária para a animação.

Figura 31- Primeiras tentativas de animação usando o Runaway Ai



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Runaway Ai.

Diante desse impasse, foi tomada uma decisão fundamental: transformar a personagem de 2D para 3D. A migração foi feita por meio da IA Gemini, utilizando o seguinte prompt:

“Gerar personagem 3D a partir de ilustração 2D. Manter traços, estética e expressão suave.
Fundo neutro.”

Figura 32- Personagem 3D gerada pelo Gemini AI.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Gemini Ai.

O modelo tridimensional resultante preservava a identidade visual da personagem, e também oferecia maior flexibilidade de movimento e expressividade, possibilitando resultados mais coerentes com a intenção narrativa. Essa mudança alterou não apenas o aspecto visual da personagem, mas também ampliou as possibilidades técnicas e estéticas da animação como um todo.

A partir dessa experiência, iniciou-se também uma mudança significativa na minha percepção sobre o uso da Inteligência Artificial no processo criativo. Se, num primeiro momento, a ferramenta despertava receio por aparentar reduzir a autoria a um procedimento automatizado, os testes práticos revelaram uma dinâmica muito diferente. A IA mostrou-se dependente de direção, ajustes e compreensão de seus limites, exigindo negociação constante, tomada de decisão e domínio técnico. Essa descoberta permitiu compreender que a IA não substitui o olhar do designer; ao contrário, amplia suas possibilidades expressivas quando utilizada de forma crítica e consciente.

Durante essa fase, foi possível obter resultados satisfatórios, ainda que não completamente perfeitos. Como discutido nas orientações, a animação não precisava alcançar um nível técnico de refinamento absoluto, especialmente considerando tratar-se de um trabalho individual, desenvolvido em curto prazo e com recursos limitados. Assim, a animação do TCC deve ser entendida como uma proposta de projeto, um protótipo conceitual, que busca ser aprimorado e expandido futuramente.

Por fim, todas as animações geradas foram exportadas com fundo verde, permitindo sua posterior integração no CapCut por meio do recurso de chroma key. Esse procedimento facilitou a composição das cenas e garantiu maior flexibilidade na montagem audiovisual.

Figura 33– Animações geradas no Runaway Ai.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Runaway Ai

8.3.2 Animação das mulheres das capas: testes, ajustes e reconstrução visual

A etapa seguinte envolveu a animação das mulheres retratadas nas capas selecionadas. A intenção era criar pequenos movimentos sutis, especialmente no rosto e

na expressão, para transformar a imagem estática da capa em um retrato vivo, capaz de dialogar com o espectador.

Inicialmente, o processo também foi testado no Runway, mas os resultados foram frustrantes. A ferramenta demonstrou dificuldade em diferenciar a figura humana dos demais elementos gráficos das capas, gerando vídeos estáticos. Ficou claro que seria necessário um método mais controlado.

A solução encontrada combinou diferentes ferramentas:

1. **Separação dos elementos gráficos da capa**, mantendo apenas a figura feminina;

Figura 34 – Capas editadas.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Adobe Photoshop.

Essa etapa foi feita pelo photoshop e além de remover os elementos gráficos, também me atentei em remover manchas e melhorar a qualidade das capas. Depois de retirar os elementos da capa, eu os vetorizei para futuramente inseri-los novamente sobre as capas animadas.

Figura 35 – Elementos gráficos das capas vetorizados.



Fonte: Elaborado pela autora nas ferramentas Adobe Photoshop e Adobe Illustrator

2. **Geração de quadros de referência no Gemini**, baseados nas capas originais;

Figura 36 – Frames gerados no Gemini.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Gemini Ai.

3. **Uso do aplicativo WAN 2.2 – First/Last Frame Video Fast**, do Hugging Face, para criar pequenos vídeos entre dois frames estáticos;
4. **Reconstrução da capa**, recolocando o logotipo, as chamadas e demais elementos vetorizados por cima da animação.

Essa metodologia possibilitou controlar o movimento com precisão e garantiu a fidelidade ao projeto gráfico original das revistas. Como o WAN 2.2 gera vídeos curtos, novas sequências foram produzidas a partir do último frame da anterior, criando continuidade e fluidez.

Além de sua função estética, as capas animadas têm um papel essencial no impacto narrativo e afetivo da animação. Ao ganhar movimento, as mulheres retratadas deixam de ser figuras estáticas e passam a interagir simbolicamente com o espectador, despertando empatia e reflexão. Essa transformação de uma imagem impressa em um corpo em movimento cria uma ponte entre o passado e o presente, tornando as representações femininas mais tangíveis e humanas. Visualmente, o movimento também evidencia a força do design editorial e ajuda o público a perceber com mais clareza os gestos, composições e enquadramentos que constroem os discursos das revistas. Assim, as capas animadas não apenas enriquecem a linguagem visual da obra, mas aprofundam sua dimensão crítica e sensível, reforçando o diálogo entre memória, representação e design.

8.3.3 Reflexão crítica sobre IA, autoria e o papel do designer

As experimentações deste mês geraram uma reflexão profunda sobre o uso da Inteligência Artificial no processo criativo e sobre o impacto dessa tecnologia na prática contemporânea do design. A princípio, a IA foi recebida com desconfiança: havia o receio de que seu uso pudesse comprometer a dimensão autoral do trabalho e descaracterizar a linguagem estética construída até aqui. No imaginário comum, a IA aparece frequentemente como um mecanismo que “produz sozinho”, excluindo o papel do designer e ameaçando a singularidade do gesto criativo. No entanto, o processo prático revelou uma dinâmica muito mais complexa e distante dessa percepção inicial.

Ao longo das experimentações, tornou-se evidente que a IA não opera de maneira autônoma: ela depende de direção, de ajustes constantes, de refinamento conceitual e de tomadas de decisão substancialmente humanas. Cada teste exigiu interpretação crítica dos resultados, seleção criteriosa do que funcionava ou não, formulação de novos prompts, reorientação estética e comparação contínua com o repertório visual do projeto. Mais do que um atalho técnico, a IA se revelou um espaço de negociação visual, um território em que o designer precisa constantemente afirmar suas intenções para orientar a ferramenta. Assim, ficou claro que a IA não substitui o trabalho humano; ao contrário, ela expõe e intensifica a necessidade de domínio conceitual, sensibilidade estética e clareza narrativa.

Essa experiência levou a uma mudança significativa na compreensão sobre autoria. A IA não elimina a autoria; ela desloca seu eixo. Em vez de situar o designer como executor manual de todas as etapas, posiciona-o como articulador de ideias, condutor do processo e responsável por filtrar, sintetizar e transformar o que a ferramenta produz. A autoria, portanto, não está apenas na “mão que faz”, mas na intenção que dirige, nas escolhas que são feitas e na coerência que organiza o resultado final. Nesse sentido, a IA amplia o campo de atuação do designer, não como substituto, mas como catalisador de um processo que exige ainda mais responsabilidade crítica.

A inserção da IA neste projeto ultrapassou a dimensão técnica e tornou-se, também, um exercício de reflexão sobre o papel do designer no cenário contemporâneo. Em um contexto em que as fronteiras entre criação humana e automatização vêm se tornando cada vez mais fluidas, o desafio não é disputar espaço com a tecnologia, mas reafirmar a intencionalidade, a ética e o senso crítico que orientam o trabalho. A IA, quando utilizada conscientemente, não ameaça o design, ela o tensiona, expande e convida a repensar práticas, métodos e modos de construir visualidade. Nesse processo, reafirma-se que a autoria permanece, mas transforma-se: não é apagada, e sim reconfigurada pelas possibilidades e limites das novas ferramentas.

8.4 Mês 4: Desenvolvimento Inicial da Animação e Reestruturação Narrativa

O quarto mês marcou o início efetivo da animação das cenas e consolidou mudanças importantes na linguagem visual do projeto. A partir das reflexões e experimentações realizadas no Mês 3, tornou-se necessário revisar decisões conceituais e estabelecer diretrizes estéticas mais coerentes, o que impactou diretamente o desenvolvimento do título, a apresentação das capas e a organização narrativa. Esse período foi caracterizado por ajustes, testes e reestruturações fundamentais para garantir unidade visual e clareza discursiva na animação.

8.4.1 Animação do título: construção de uma identidade visual unificada

A primeira cena animada desenvolvida neste mês foi o título da obra. A proposta inicial consistia em simular uma mão escrevendo o nome da animação em um papel, evocando um gesto manual e artesanal. No entanto, ao retomar a centralidade do projeto, pautado na visualidade das revistas femininas e no design editorial, essa solução mostrou-se pouco alinhada ao universo gráfico que orientava a pesquisa.

A alternativa encontrada foi compor o título por meio de letras recortadas de revistas, retomando o visual das colagens e das materialidades impressas que caracterizam a estética editorial. Essa escolha reforçou a dimensão tátil do design gráfico e dialogou diretamente com a identidade handmade que vinha se consolidando ao longo do processo.

Nos primeiros testes, as letras aparecem em cores variadas, mas o resultado destoava do restante da animação, enfraquecendo a unidade visual.

Figura 37 – Primeira versão do título.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Adobe After Effects.

Assim, optou-se por uma composição predominantemente em preto e branco, complementada por toques de azul, cor presente na personagem e que seria utilizada consistentemente em outros elementos ao longo da animação. O azul funcionou como ponto de ligação visual entre diferentes partes do filme, contribuindo para uma identidade cromática coesa.

Figura 38 – Versão final do título.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Adobe After Effects.

8.4.2 Reformulação da cena das revistas

Em seguida, iniciei a animação das cenas relacionadas às capas das revistas. A proposta original previa que, após a animação da figura feminina da capa, a revista se abrisse, revelando uma composição dividida: de um lado os objetos ilustrados representativos da época; de outro, elementos do projeto gráfico, como tipografia, logotipo e paleta de cores.

Figura 39 – Primeira versão da cena das revistas.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Adobe Illustrator.

Figura 40 – Animação das revistas se abrindo.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta Adobe After Effects.

Essa solução, embora visualmente rica, gerava uma ambiguidade conceitual: ao abrir a revista, a animação sugeriria que a narrativa adentraria o conteúdo interno das edições, quando o foco do projeto se concentrava na leitura e análise das capas como artefatos editoriais. A abertura das páginas, mesmo metafórica, criava um deslocamento de sentido que comprometia a clareza da mensagem. A partir das discussões em orientação e de testes práticos, percebi que essa observação era pertinente. Portanto, a solução foi substituída por uma composição mais direta, que mantivesse o foco central na capa. Desenvolveu-se, então, uma nova abordagem visual baseada em setas e anotações, que se projetam a partir da capa animada em direção aos objetos e palavras-chave distribuídos ao redor.

Figura 41 – Versão final da cena das revistas.



Fonte: Elaborado pela autora na ferramenta CapCut.

Essa estrutura remete a colagens, cadernos de estudo e esquemas analíticos, fortalecendo a estética handmade que permeia todo o projeto. Ao mesmo tempo, evita ambiguidades narrativas e reforça a ideia de que a animação não trata do interior das revistas, mas sim dos discursos visuais evidenciados em suas capas.

Após a definição dessa nova solução visual para a apresentação das capas, substituindo a abertura da revista por composições analíticas com setas, palavras-chave e elementos ilustrados, avancei para a animação das demais cenas. O fluxo de trabalho envolvia produzir os movimentos e efeitos no Adobe After Effects e, posteriormente, montar as sequências e composições finais no CapCut. Durante esse processo, revisões pontuais foram feitas com base nos comentários da orientadora, permitindo ajustar ritmo, clareza narrativa e coerência estética entre as partes já concluídas.

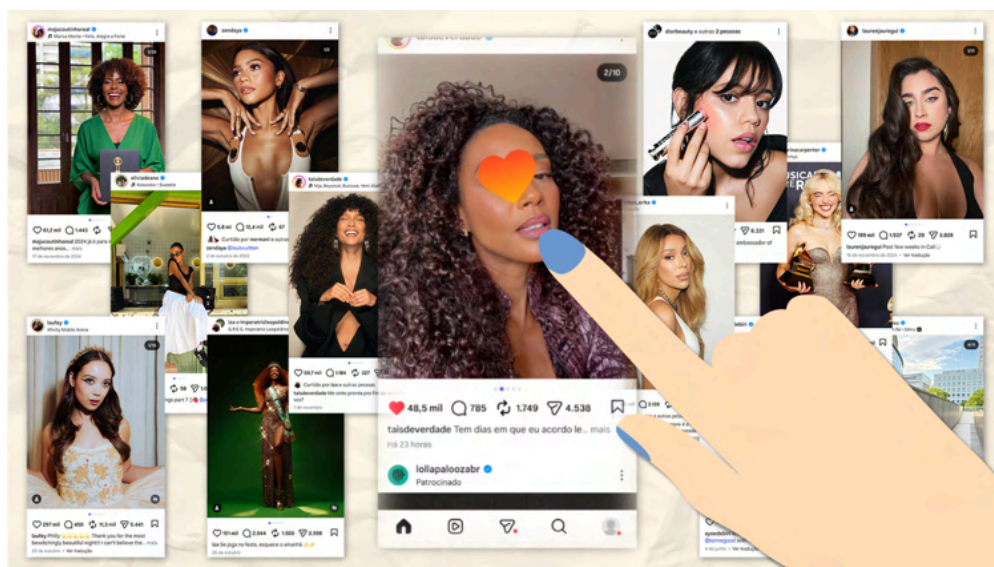
8.4.3 Construção da sequência sobre redes sociais

Entre as cenas desenvolvidas neste mês, uma das mais significativas do ponto de vista conceitual é a que aborda o papel das redes sociais na construção contemporânea dos discursos sobre a mulher. Se nas décadas anteriores os imaginários femininos eram estruturados majoritariamente por revistas impressas, hoje essas narrativas se desdobram, se diversificam e se reconfiguram nos ambientes digitais. A intenção dessa sequência foi justamente evidenciar que o público atual não apenas consome conteúdo, mas participa ativamente das dinâmicas de circulação, validação e contestação desses discursos.

Para compor essa cena, utilizei uma combinação de camadas visuais: inicialmente, selecionei uma série de prints de publicações de mulheres famosas, representando o ecossistema midiático atual. Sobre esses prints, inseri a gravação de um feed de Instagram em movimento. Para garantir que o conteúdo exibido fosse coerente com o foco da narrativa, criei uma conta nova exclusivamente para essa gravação, de modo que o algoritmo apresentasse apenas publicações de mulheres. Assim, o feed capturado reforça visualmente a predominância de vozes femininas e o papel que elas desempenham nas plataformas digitais.

Uma recomendação essencial da orientadora foi inserir o gesto da personagem navegando pelo feed, como forma de reforçar a ideia do papel do espectador. Para isso, desenhei manualmente uma mão no After Effects e a animei utilizando transformações de posição e escala, simulando o ato de rolar a tela. Embora a mão não apresente o mesmo acabamento tridimensional da personagem animada por IA, sua presença cumpre plenamente a função narrativa: situar o espectador como participante ativo desse ambiente, reforçando que “somos nós” quem movimenta e dá continuidade aos discursos que circulam nas redes.

Figura 42 – Animação da cena das redes sociais.



Fonte: Elaborado pela autora nas ferramentas Adobe After Effects e CapCut.

Na sequência, para aprofundar essa reflexão sobre participação, incluí uma série de comentários que surgem na tela de forma dinâmica, simulando a interação constante presente nas plataformas. A princípio, considerei produzir cada comentário manualmente dentro de posts reais, capturando e editando as imagens posteriormente. No entanto, esse processo seria demorado e pouco eficiente. Após pesquisa, encontrei dois sites gratuitos, sendo eles: o [Postframely](#) e [Instagram Comment Generator \(Oly\)](#), que permitem gerar comentários em PNG totalmente personalizáveis, incluindo nome de usuário, foto de perfil e conteúdo textual. Isso possibilitou criar um conjunto variado de comentários positivos e negativos, representando a multiplicidade de opiniões presentes nas redes.

Figura 43 – Animação da cena dos comentários.



Fonte: Elaborado pela autora nas ferramentas Adobe After Effects e CapCut.

Dessa forma, a cena busca sintetizar visualmente a ideia central dessa etapa da narrativa: no presente, as representações femininas não são apenas consumidas, mas construídas, disputadas e reconfiguradas coletivamente nos espaços digitais. A sequência evidencia, portanto, a transição entre o papel histórico das revistas impressas e o protagonismo atual das plataformas sociais, nas quais o público participa ativamente das negociações simbólicas sobre o que significa ser mulher hoje.

Com todas as cenas principais estruturadas, incluindo o título, as sequências relacionadas às revistas, os elementos gráficos e a cena sobre redes sociais, finalizei a base visual da animação e encerrei o Mês 4 com o núcleo do projeto já materializado em vídeo. A partir desse ponto, segui para o Mês 5, dedicado às finalizações, integrações, ajustes finos e preparação da versão definitiva da animação.

8.5 Mês 5: Finalização da Animação

O quinto mês concentrou as etapas finais da produção da animação, reunindo as cenas já concluídas, resolvendo questões técnicas pendentes e consolidando o vídeo em sua versão final. Paralelamente, este também foi o momento de iniciar a escrita do relatório, integrando as pesquisas do anteprojeto às reflexões e processos desenvolvidos ao longo da etapa prática.

Assim, o mês 5 marcou a passagem do desenvolvimento para o fechamento do projeto, garantindo coesão técnica, narrativa e conceitual.

8.5.1 Integração das cenas no CapCut

Ao longo dos meses anteriores, as cenas já finalizadas eram gradualmente inseridas no CapCut, o que permitia visualizar o andamento geral da animação e ajustar o ritmo narrativo enquanto novas cenas eram produzidas. No entanto, foi neste mês que a montagem completa finalmente pôde ser realizada.

Com todas as sequências prontas título, organizei o vídeo final, ajustando a duração de cada trecho, sincronizando movimentos e reforçando a fluidez entre as partes. Essa montagem permitiu visualizar a obra como um todo, garantindo unidade estética e coerência discursiva na transição entre as décadas e no arco narrativo geral.

8.5.2 Revisão e solução dos problemas de áudio

Uma das etapas mais importantes e desafiadoras deste mês foi a resolução dos problemas de áudio da narração. Até então, o áudio havia sido gravado em partes separadas, conforme cada cena era concluída. Apesar de editados, os trechos apresentavam diferenças perceptíveis de timbre, volume e ambiência, resultando em uma narração irregular quando as partes eram unidas.

Durante a orientação, duas possíveis soluções foram propostas:

1. Regravar toda a narração em uma única sessão, garantindo uniformidade sonora;
2. Utilizar ferramentas de IA para clonar a voz e gerar o áudio final de forma artificial.

Cheguei a testar a segunda alternativa, mas apesar de a voz sintetizada soar semelhante, ela não preservava minha forma natural de falar e, considerando que o projeto busca trazer um tom pessoal e autoral, a solução se mostrou conceitualmente inadequada. Dessa forma, optei pela recomendação da orientadora e regravei toda a narração de uma só vez. A gravação foi feita com o microfone do celular, o que apresentou limitações de qualidade mesmo após remoção de ruídos e normalização do áudio. Em busca de uma solução mais eficiente, encontrei o Adobe Podcast, uma ferramenta da Adobe desenvolvida para melhorar automaticamente a qualidade de gravações de voz.

O Adobe Podcast utiliza processamento avançado para:

- reduzir ruídos de fundo;
- equalizar frequências;
- simular microfones de alta qualidade;
- restaurar clareza e presença vocal.

A ferramenta permitiu transformar o áudio gravado em casa em uma narração com qualidade significativamente superior, contribuindo para a animação. Com o áudio finalizado, pude sincronizar as cenas da personagem com a narração.

8.5.3 Finalização do vídeo: integração, som e ajustes finais

Com todas as cenas, animações e narração prontas, montei o vídeo final no CapCut, onde inseri os efeitos sonoros, transições suaves e recursos complementares que contribuíram para a ambientação e para o ritmo da narrativa. Também realizei ajustes de corte, refinamento da sincronização entre áudio e imagem, correção de cores e revisão geral da ordem das cenas.

Esse processo garantiu que a animação alcançasse unidade estética e clareza, preservando a proposta visual handmade, a coerência narrativa entre as décadas e a dimensão crítica proposta pelo projeto. A animação final pode ser acessada em [Capas de Revistas Femininas Brasileiras - Uma Análise por Eduarda Sabatini](#).

8.5.4 Escrita do relatório final e articulação com o anteprojeto

Paralelamente à finalização da animação, iniciei a redação do relatório final, integrando o conteúdo já desenvolvido no anteprojeto às etapas práticas do processo. Uma das recomendações mais úteis da orientadora ao longo do semestre foi registrar semanalmente tudo o que eu realizava, ela foi fundamental nesse momento, pois permitiu recuperar com precisão decisões, testes, etapas descartadas, dificuldades e soluções encontradas.

A escrita do relatório envolveu, portanto:

1. a articulação entre teoria e prática;
2. a descrição detalhada das etapas metodológicas;
3. a integração do histórico das revistas, análises gráficas e fundamentação teórica;
4. a construção de um relato claro e do processo projetual.

Assim, o mês 5 marcou não apenas a finalização técnica da animação, mas também o início da materialização reflexiva do projeto em forma escrita.

9. CONCLUSÕES

O desenvolvimento deste trabalho constituiu um percurso de investigação que uniu reflexão teórica, análise gráfica e prática projetual em um processo contínuo de construção, desconstrução e síntese. Partindo do estudo das representações femininas nas capas de revistas brasileiras e do papel do design editorial na produção e circulação desses discursos, a pesquisa evoluiu naturalmente para a criação de uma animação que buscou traduzir visualmente essas discussões, conectando diferentes décadas, linguagens e referências. Esse movimento entre teoria e prática revelou-se fundamental para compreender não apenas o que essas imagens comunicam. Também permitiu entender como se produz visualidade, como se estruturam narrativas e como as escolhas formais moldam sentidos.

Ao longo desse processo, aprimorei não somente ferramentas e técnicas de animação, mas também ampliei significativamente meu entendimento sobre os mecanismos que sustentam uma narrativa visual coerente. O domínio progressivo de programas como After Effects e CapCut, ferramentas que até então eu utilizava de maneira mais intuitiva, tornou-se decisivo para dar forma ao projeto, permitindo testar movimentos, temporalidades, composições, chroma key, integração de elementos gráficos e sincronização entre imagem e narração. Esses aprendizados técnicos foram importantes, mas, ao final, não representaram o principal resultado deste TCC.

A transformação mais profunda ocorreu no meu entendimento sobre o papel da Inteligência Artificial no processo criativo. No início do projeto, a IA aparecia como um recurso distante, quase incompatível com o caráter manual, artesanal e autoral que buscava imprimir à animação. Havia um receio persistente de que seu uso pudesse “automatizar demais” o processo, diluir a intencionalidade do designer e comprometer a coerência estética construída pela pesquisa. Entretanto, à medida que avancei nas experimentações, a prática mostrou um cenário completamente diferente. Os resultados produzidos pelas ferramentas testadas, seja na animação da personagem, na criação das capas em movimento, no tratamento de áudio ou na geração de elementos visuais, dependiam profundamente de direção humana, de escolhas conscientes, de ajustes contínuos e de um olhar crítico capaz de avaliar o que fazia sentido, o que precisava ser aprimorado e o que deveria ser descartado.

Esse deslocamento de perspectiva foi decisivo. A IA, portanto, não diminui a presença do designer no processo, ela expõe com ainda mais clareza a necessidade de escolha, curadoria e intenção. Torna evidente que a autoria não está somente no gesto manual, mas na intenção que orienta o processo, nas decisões que articulam o resultado e na clareza conceitual que guia cada etapa. Ao invés de substituir o designer, a IA exige um designer mais atento, mais crítico e mais responsável pelas escolhas visuais que emergem das interações com a tecnologia. Passei, assim, a compreender a IA não como ameaça, mas como mediadora e potencializadora, uma ferramenta capaz de ampliar repertórios, desde que usada com propósito, ética e coerência com o projeto.

Nesse sentido, uma das maiores contribuições deste TCC foi justamente a reflexão ampliada que ele proporcionou. Além de investigar visualmente como as revistas construíram discursos sobre a mulher ao longo das décadas, o projeto me permitiu refletir sobre como tecnologias contemporâneas, particularmente a IA, influenciam nossas práticas de criação, representação e comunicação visual hoje. Teoria e prática se encontraram de modo orgânico: a análise das capas iluminou o processo de produção da animação, e a animação, por sua vez, abriu espaço para repensar criticamente o papel do designer na era das mediações tecnológicas.

Além da reflexão sobre tecnologia, outro aprendizado central deste TCC diz respeito ao entendimento ampliado do papel do design editorial na construção de discursos visuais. Analisar as capas de *Claudia*, *Nova* e *Elle Brasil* ao longo de diferentes décadas permitiu compreender que essas imagens não são composições isoladas: elas são produtos de escolhas gráficas, fotográficas e editoriais profundamente marcadas por seu tempo. A tipografia, a paleta cromática, o enquadramento fotográfico, a postura dos modelos, as chamadas editoriais e a própria materialidade da revista atuam como dispositivos simbólicos que moldam e propagam ideias sobre feminilidade, comportamento e posição social da mulher. Esse reconhecimento transformou minha

percepção sobre o design editorial, não apenas como organização visual, mas como linguagem que carrega poder, intencionalidade e capacidade de produzir sentidos.

Ao revisitar criticamente essas capas, compreendi que o design editorial opera como um mediador cultural: ele traduz valores, reforça narrativas, cria distanciamentos ou aproximações entre leitor e discurso, e contribui para a construção de imaginários sociais sobre o que significa “ser mulher” em diferentes épocas. Essa consciência guiou diretamente as decisões visuais da animação, que buscou resgatar elementos gráficos característicos de cada revista sem abrir mão de uma leitura contemporânea. Assim, a prática projetual tornou-se um espaço de experimentação da própria teoria: ao reproduzir, reinterpretar e animar esses elementos, pude aprofundar meu entendimento sobre a força discursiva do design e sobre a responsabilidade envolvida em manipular imagens que carregam significados históricos tão densos.

Outro aspecto relevante é o caráter didático da animação. Ao transformar análises complexas sobre design editorial, fotografia e representações femininas em uma peça audiovisual acessível, o projeto se coloca como um material potencial para estudantes, professores e profissionais de design. Ele ultrapassa a dimensão acadêmica e se converte em uma ferramenta de comunicação, difusão e reflexão, aproximando conteúdos teóricos do cotidiano de quem estuda ou trabalha com visualidade. A animação busca não apenas contar uma história, mas traduzir processos, revelar camadas e convidar o espectador a olhar criticamente para imagens que muitas vezes passam despercebidas no fluxo cotidiano de consumo visual.

Por fim, ainda que algumas limitações tenham surgido ao longo do processo, restrições de tempo, desafios técnicos e limites das próprias ferramentas, essas barreiras foram incorporadas de forma consciente como parte do percurso projetual. Em vez de comprometer o resultado final, essas condições se tornaram oportunidades de tomada de decisão, contribuindo para a criação de uma identidade visual alinhada com os recursos disponíveis, com o cronograma e, sobretudo, com os objetivos conceituais deste trabalho.

O projeto se encerra, portanto, como uma síntese entre estudo, prática e reflexão. Reafirma a importância de analisar criticamente os discursos visuais, de compreender o papel histórico e contemporâneo do design editorial e de reconhecer o designer como mediador ativo entre tecnologia, estética e sociedade. Ao final deste percurso, permanece aberta a possibilidade de expandir e aprofundar o projeto, tanto conceitualmente quanto visualmente, reconhecendo que o design, assim como as imagens que produzimos, está sempre em transformação.

10. PRÓXIMOS PASSOS

Embora o trabalho se conclua dentro do escopo acadêmico, ele não se encerra aqui. Pelo contrário, abre caminhos concretos para desdobramentos que ampliam sua dimensão conceitual, visual e formativa.

Um dos principais passos que pretendo seguir diz respeito à animação da personagem principal. Mesmo tendo superado o preconceito inicial em relação ao uso da IA e reconhecido suas contribuições ao processo, minha intenção original era animar a personagem manualmente. Por isso, desejo visitar essa etapa com mais calma, desenvolvendo uma versão inteiramente animada por mim, utilizando os conhecimentos adquiridos no After Effects e aprofundando técnicas de movimento, expressividade e composição. Essa continuidade representa não apenas um aprimoramento técnico, mas também um resgate da intenção autoral inicial, agora enriquecida por uma compreensão mais complexa das ferramentas digitais.

Outro desdobramento que pretendo realizar é a diagramação da pesquisa em formato de revista. Como este trabalho nasce do estudo sobre revistas femininas, seus discursos e seus projetos gráficos, transformá-lo em um objeto editorial é uma maneira de fechar esse ciclo visual e conceitual. Criar uma revista, antes da submissão à biblioteca da ESDI, funciona como uma extensão natural do projeto: organiza o conteúdo de forma mais sensível ao tema e reafirma a centralidade do design editorial como linguagem de investigação. Essa diagramação permitirá explorar layouts, composições e escolhas tipográficas inspiradas nos repertórios estudados, dando forma impressa a uma pesquisa que sempre dialogou com o universo das publicações.

Por fim, pretendo apresentar o projeto em sala de aula, compartilhando o processo com outros estudantes de design. A animação, as análises visuais e a discussão sobre tecnologia e autoria oferecem um conjunto de reflexões que podem contribuir para a formação de novos designers. Apresentar o trabalho a outros alunos é uma forma de ampliar seu alcance didático, estimulando debates sobre metodologia, história do design, representação da mulher na mídia e uso crítico de IA. Assim, o projeto continua vivo, circulando, se transformando e cumprindo sua função reflexiva e educativa.

Esses próximos passos reforçam que o TCC não constitui um ponto final, mas um ponto de partida. O processo desenvolvido, teórico, visual e tecnológico, permanece aberto para expansão, revisões e novas camadas de experimentação, em diálogo constante com o campo do design e com as questões contemporâneas que o atravessam.

11. REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Ana Paula Araújo Ximenes.** *Revistas femininas: um comparativo da representação da imagem das mulheres das capas.* 2010. Monografia (Bacharelado em Publicidade) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.
- ABRIL.** *História da Editora Abril.* Memorial da Resistência de São Paulo. Disponível em: <https://memorialdaresistenciasp.org.br/lugares/editora-abril/>. Acesso em: 25 jun. 2025.
- BARTHES, Roland.** *A câmara clara: nota sobre a fotografia.* Tradução de Júlio Castañon Guimarães. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAZIN, André.** *O que é o cinema?* São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BUITONI, Dulcília Schroeder.** *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira.* 2. ed. São Paulo: Summus, 2009.
- CARDOSO, Cilene E.; PACHECO, Joyson.** *Método de análise semiótica na perspectiva do design.* Design & Tecnologia, v. 14, 2017.
- CARLOS, Anselmo Caparica et al.** *A influência da revista “Nova” no padrão de beleza das mulheres.* In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom Júnior, 28., 2005, São Paulo. *Anais* [...]. São Paulo: Intercom, 2005.
- DUBOIS, Philippe.** *O ato fotográfico: da representação à recepção.* Campinas: Papyrus, 1993.
- FINOTTI, Patricia.** *Elle: 30 anos.* 29 jan. 2018. Disponível em: <https://www.patriciafinotti.com.br/2018/01/29/elle-30-anos/>. Acesso em: 7 jun. 2025.
- FLUSSER, Vilém.** *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.* São Paulo: Hucitec, 1985.
- FROTA E SILVA, Maria Cristina.** *Design gráfico e transdisciplinaridade: por uma abordagem complexa da prática projetual.* DATJournal, v. 9, n. 1, p. 43–55, jan./jun. 2024.
- GAROTA VODU.** *Capas antigas da revista Claudia.* Blogspot, 2013. Disponível em: <https://garotavodu.blogspot.com/2013/01/capas-antigas-revista-claudia.html>. Acesso em: 15 mai. 2025.
- HOLLIS, Richard.** *Design gráfico: uma história concisa.* São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- HOEFLER&Co.** *Didot: Design Notes.* s.d. Disponível em: <https://www.typography.com/fonts/didot/design-notes>. Acesso em: 1 jul. 2025.
- LAMOUNIER, Carolina Becker.** *A revista Nova/Cosmopolitan na história da mídia impressa brasileira.* 2024. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade de Marília, Marília, SP, 2024.

LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: um guia para designers, escritores, editores e estudantes*. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MACHADO, Murilo; SÁ, Suzana; SILVA, Dênis. *Design e fotografia: intersecções visuais e discursivas*. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 12., 2015, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: FAUUSP, 2015.

MALTA, Renata Barreto; SANTOS, Carla Jullyene Lima; PINTO, Maria Nayane de Sousa. *A representação da mulher nas capas da Elle Brasil: uma história de ausências*. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, [s.d.], Santa Maria. *Anais [...]*. Santa Maria, RS: UFSM.

MEGGS, Philip B. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MIRA, Maria Celeste. *Constituição e segmentação do mercado de revistas no Brasil: o caso da Editora Abril*. In: *Revista Comunicação & Educação*, n. 21, PUC-SP, 2006.

MUNDO DAS MARCAS. *Editora Abril*. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2009/04/agora-e-oficial.html>. Acesso em: 25 jun. 2025.

PIRES, Murilo José de Souza; RAMOS, Pedro. *O termo modernização conservadora: sua origem e utilização no Brasil*. *Documentos técnico-científicos*, v. 40, n. 3, p. 412–424, jul./set. 2009.

PROPmark. *Elle volta a ser publicada no Brasil*. 6 mar. 2020. Disponível em: <https://propmark.com.br/elle-volta-a-ser-publicada-no-brasil/>. Acesso em: 2 jun. 2025.

TWYMAN, Michael. Using pictorial language: a discussion of the dimensions of the problem. In: BRUCE, Malcolm; COXHEAD, Peter (org.). *Information Design Journal*, v. 1, n. 2, p. 245–250, 1979. p. 248–249.

ZANETTE, Bernardo Merib. *O conotativo na fotografia-expressão: a visualidade como estratégia de reposicionamento da revista Elle Brasil impressa na era do capitalismo artista*. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia.