



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

**EMILLY CRISTINY VIDAL DANTAS
MILENA MAYARA FERREIRA SANTOS**

FARFALLA: REVISTA DE MODA ARTESANAL

**CAMPINA GRANDE
2025**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

**EMILLY CRISTINY VIDAL DANTAS
MILENA MAYARA FERREIRA SANTOS**

FARFALLA: REVISTA DE MODA ARTESANAL

Relatório técnico apresentado ao Curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva.

**CAMPINA GRANDE
2025**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que, na reprodução, figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237f Santos, Milena Mayara Ferreira.
FARFALLA: revista de moda artesanal [manuscrito] / Milena Mayara Ferreira Santos, Emilly Cristiny Vidal Dantas. - 2025.
39 f. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo)
- Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2025.

"Orientação : Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva,
Departamento de Comunicação Social - CCSA".

1. Jornalismo de Revista. 2. Design Gráfico. 3. Artesanato.
4. Revista de moda. 5. Revista digital. 6. Nordeste. I. Título

21. ed. CDD 741.65

MILENA MAYARA FERREIRA SANTOS
EMILLY CRISTINY VIDAL DANTAS

FARFALLA: REVISTA DE MODA ARTESANAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Jornalismo

Aprovada em: 11/06/2025.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado eletronicamente por:

- **Antonio Simões Menezes** (***.581.453-**), em **23/06/2025 16:17:43** com chave **bd163422506611f093c71a7cc27eb1f9**.
- **Rostand de Albuquerque Mélo** (***.760.324-**), em **19/06/2025 11:03:52** com chave **3b4073de4d1611f09f4d06adb0a3afce**.
- **Fernando Firmino da Silva** (***.070.164-**), em **19/06/2025 11:05:37** com chave **79af84484d1611f0b9421a7cc27eb1f9**.

Documento emitido pelo SUAP. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QrCode ao lado ou acesse https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar_documento/ e informe os dados a seguir.

Tipo de Documento: Folha de Aprovação do Projeto Final

Data da Emissão: 24/06/2025

Código de Autenticação: 45cc86



Dedicamos este trabalho às mãos que moldam nossas raízes e aos artesãos que transformam tradição em vida.

AGRADECIMENTOS

Emilly

Há caminhos que não se percorrem com os pés, mas com o coração; trajetórias que, mesmo antes de começarem, já nos habitam em silêncio, preparando a alma para o que está por vir.

Cada palavra escrita, cada dúvida enfrentada e cada recomeço foram me moldando, mesmo antes que eu soubesse exatamente quem eu era.

Foi nesse processo que o Jornalismo surgiu como espaço de busca e descoberta. Um lugar onde pude reencontrar aquela criança que sonhava em transformar o mundo com histórias.

A FARFALLA já existia em mim, como uma semente de fé e amor, nutrida pelo apoio de quem acreditou. É a expressão da minha metamorfose, feita de sonhos, coragem e encontros que moldaram meu caminho.

E é por essa jornada, feita de desafios e aprendizados, que hoje, de coração aberto, agradeço.

Agradeço a Deus, que esteve comigo em cada silêncio e em cada recomeço, sustentando-me quando as forças falharam, trazendo paz quando o coração pesava e renovando minha fé nos momentos de incerteza.

Agradeço a mim mesma, por não desistir. Por ter encontrado coragem onde só havia cansaço, e por seguir mesmo com medo. Por ter confiado que, no tempo certo, tudo floresceria.

À minha família, alicerce da minha história. À minha mãe, Cristiane, pelo colo que conforta, pela força que inspira e pelo amor que nunca me deixou cair. Ao meu pai, Márcio, pela confiança silenciosa. À minha irmã, Gabrielly, que com carinho e dedicação esteve ao meu lado, inclusive nos bastidores deste trabalho, sempre pronta a ajudar. Sem vocês, nada disso teria sido possível.

À Milena Ferreira, mais que uma amiga: um pilar. Você não só caminhou ao meu lado, você me carregou quando precisei. Foi voz firme na minha dúvida, foi coragem na minha fraqueza. Seu apoio ultrapassou qualquer definição de parceria. Você foi presença, alma e verdade.

À minha avó Lourdes, que, de domingo a domingo, é o porto seguro onde encontro paz. Em meio às tempestades da vida, seu amor e carinho sustentaram minha alma quando tudo parecia ruir.

Ao meu companheiro, Gabriel Sátiro, por ser constância, escuta, abraço e palavra certa nas horas incertas. Obrigada por acreditar neste projeto tanto quanto eu, por estar ao meu lado em cada passo, e por transformar cada instante em partilha e cuidado. Sua presença fez diferença em tudo.

Às minhas amigas de formação, Marina, Clara e Gabryele, que sorte a minha ter vivido essa trajetória ao lado de vocês. Entre desafios e aprendizados, foram as risadas, o companheirismo e a leveza que tornaram tudo inesquecível.

Ao meu orientador, Fernando Firmino, por acreditar nas nossas ideias, confiar no nosso processo e se fazer presente com escuta atenta e orientação generosa. Suas contribuições foram essenciais para que essa trajetória ganhasse forma e sentido.

À banca examinadora, Antonio Simões e Rostand Melo, meu sincero agradecimento por terem dito “sim” desde o começo e, mais do que isso, por seguirem ao meu lado com tanto acolhimento e presença firme ao longo de toda a jornada.

E aos artesãos e artesãs que encontrei pelo caminho, minha mais profunda reverência. Vocês me ensinaram que a arte é corpo, memória e resistência. Em cada gesto, vocês me confiaram histórias que não se lêem, se sentem. A revista FARFALLA também é de vocês.

A todos vocês, que caminharam comigo nesta trajetória, minha eterna gratidão. Este trabalho é parte do que sou, mas também carrega as mãos, os gestos e os afetos de cada um que me inspira.

AGRADECIMENTOS

Milena

Quando a solidão bateu à porta e o medo do novo quase me paralisou, lembro que cheguei aqui com a mala cheia de sonhos e o coração apertado pela distância de casa. Era tudo desconhecido: a cidade, os caminhos, as pessoas. Mas também era o começo de algo que eu sentia ser maior do que eu mesma. Hoje, ao olhar para trás, entendo que cada passo valeu a pena. Porque mesmo nos dias difíceis, encontrei apoio de pessoas que fizeram essa caminhada ser mais leve. E é por isso que essa conquista não é só minha, ela é de todos que caminharam comigo.

Antes de tudo, agradeço a Deus, por guiar meus passos, iluminar meus caminhos e renovar minha fé nos momentos de dúvida.

Aos meus pais, Maria do Carmo e Manoel, minha gratidão eterna. Vocês não mediram esforços para me dar tudo o que podiam, e muitas vezes até o que não podiam. Apoiaram todos os meus sonhos, mesmo quando eles pareciam distantes demais. Obrigada por serem meu exemplo de amor, de luta e de perseverança.

À minha irmã Thaís e minha amiga Ingrid, que foram minha família aqui, meu abrigo todos os dias. Vocês estiveram ao meu lado em cada desafio, em cada vitória, em cada silêncio compartilhado. Obrigada por serem minha base e o apoio que me manteve firme.

À minha amiga Emilly, que viveu tudo isso bem de perto desde o início, que conheceu cada dificuldade e nunca soltou a minha mão. Você foi meu alicerce quando tudo parecia desabar. Obrigada por me lembrar da minha força quando eu mesma esquecia.

Ao meu namorado, que foi meu refúgio em meio ao caos. O seu amor me acolheu nos momentos em que eu não sabia onde me abrigar dentro de mim mesma.

Aos amigos de caminhada acadêmica e fora dela, Marina, Clara, Gabi, Gabriel, Palloma, obrigada por cada risada que aliviou a pressa dos dias e por cada troca sincera. Ter vocês comigo tornou essa jornada muito mais leve, em dias que pareciam todos iguais, a presença de vocês transformou tudo. Levarei cada um comigo no meu coração para sempre, porque, sem dúvida, vocês foram os melhores presentes que pude receber nessa nova fase da minha vida.

À minha família, agradeço de coração às minhas primas, aos meus padrinhos, e a cada parente que me ofereceu suporte, amor e fé.

À minha avó, em memória, minha eterna inspiração. Levo comigo a falta que a senhora deixou, mas acima de tudo, cada lembrança que construí ao seu lado.

Agradeço de maneira muito especial à tia Chiquinha, uma das artesãs retratadas nesta revista. Antes mesmo de ser um tema acadêmico, o artesanato já era parte de mim, e isso se deve a ela.

Ao meu orientador, Fernando Firmino, minha profunda gratidão. Agradeço pelo acolhimento, por todos os ensinamentos e pelas conversas que me tiraram boas risadas.

À banca examinadora, obrigada pela leitura atenta, pelas contribuições e por aceitarem fazer parte desse momento.

E, por fim, mas não menos importante, agradeço a mim mesma, por ter seguido em frente mesmo quando tudo era incerto. Por ter acreditado, mesmo com medo. Esse é o meu abraço para aquela que chegou aqui cheia de dúvidas, mas com vontade de viver tudo. E viveu.

Essas palavras não encerram nada, elas são uma celebração de tudo o que construí com vocês. Esse momento é nosso.

“Se desenhar, um traço aqui
Uma ideia vai nascendo assim
Puro cetim, azul total
Você vai ver que o sonho é real”.

A Vida é Moda e Magia - Barbie

RESUMO

Este relatório apresenta o desenvolvimento teórico-prático da revista digital *FARFALLA*, dedicada ao jornalismo de moda com foco na valorização do artesanato paraibano e na promoção da identidade cultural nordestina. A publicação tem como propósito principal revelar a riqueza e diversidade da produção artesanal local, destacando as trajetórias, técnicas e expressões criativas dos artesãos do Nordeste, em sua grande maioria, paraibanos, reconhecendo seu trabalho como elemento fundamental da cultura regional. Composta por sete editoriais temáticos, a revista aborda diferentes dimensões da moda em diálogo com a cultura e a estética regional, proporcionando uma leitura contemporânea e plural do universo nordestino. O processo produtivo envolve todas as etapas editoriais, desde a pesquisa e curadoria de conteúdo até a diagramação e finalização, culminando em uma publicação de 50 páginas, com o período de produção de 1 ano, iniciado em agosto de 2024 e finalizado em junho de 2025. A revista *FARFALLA* contribui para a ampliação da visibilidade do artesanato paraibano, reforçando a valorização da identidade cultural e a presença da região no cenário midiático atual.

Palavras-Chave: Jornalismo. Moda. Artesanato. Cultura. Nordeste. Revista.

ABSTRACT

This report presents the theoretical and practical development of the digital magazine FARFALLA, dedicated to fashion journalism with a focus on valuing Paraíba handicrafts and promoting the cultural identity of the Northeast. The publication's main purpose is to reveal the richness and diversity of local artisanal production, highlighting the trajectories, techniques and creative expressions of artisans from the Northeast, the vast majority of whom are from Paraíba, recognizing their work as a fundamental element of regional culture. Composed of seven thematic editorials, the magazine addresses different dimensions of fashion in dialogue with regional culture and aesthetics, providing a contemporary and plural reading of the Northeastern universe. The production process involves all editorial stages, from research and content curation to layout and finalization, culminating in a 50-page publication, with a production period of 1 year, starting in August 2024 and ending in June 2025. FARFALLA magazine contributes to increasing the visibility of Paraíba handicrafts, reinforcing the appreciation of cultural identity and the presence of the region in the current media scene.

Keywords: Journalism. Fashion. Crafts. Culture. Northeast. Magazine.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Logotipo <i>FARFALLA</i>	25
Figura 2 - Diagramação da capa	25
Figura 3 - Instagram EM VISITE com os vídeos de bastidores	26
Figura 4 - Capa da 1º edição da Revista <i>FARFALLA</i>	26
Figura 5 - Seleção de cores utilizadas na Revista	27
Figura 6 - Diagramação da página sobre o Crochê	28
Figura 7 - Diagramação da página do Macramê	29
Figura 8 - Diagramação da página sobre o Fuxico	29
Figura 9 - <i>Making of</i> do Ensaio Fotográfico	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cronograma de Ações Realizadas	33
Tabela 2 - Cronograma de Ações Realizadas	33
Tabela 3 - Orçamento de gastos realizados	34

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Jornalismo de Moda e a moda	18
2.2	A transformação das revistas na era digital	18
2.3	O design gráfico e a narrativa editorial digital	20
2.4	O poder comunicativo das cores e tipografia	21
3	DETALHAMENTO TÉCNICO	22
3.1	Descrição do produto	22
3.2	Aspectos gráficos e editorial	24
3.3	Pré-Produção e Pós-Produção	30
4	CRONOGRAMA	33
5	ORÇAMENTO	34
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
	REFERÊNCIAS	36

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo, enquanto prática voltada à produção e à disseminação de informações de interesse público, passou por transformações estruturais nas últimas décadas, impulsionado principalmente pelo impacto das tecnologias digitais nas redações. A chegada da internet e de novos artefatos técnicos modificou significativamente o modo como se produz, distribui e consome informação na contemporaneidade. O modelo tradicional, baseado em veículos de massa e em uma comunicação linear — do emissor para o receptor — vem sendo gradualmente transformado por uma lógica em rede e baseado no digital, onde a interatividade, a colaboração e a descentralização se tornam protagonistas, além das possibilidades abertas de publicação. Nesse novo ecossistema midiático, o jornalista deixa de ocupar exclusivamente a função de mediador da informação e passa a dividir esse papel com o próprio público, que agora atua de forma mais ativa na construção das narrativas ou com contribuições de conteúdo. A popularização das tecnologias móveis digitais favoreceu essa liberação do pólo para emissão de conteúdos na rede.

É nesse ponto que os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching* tornam-se centrais para a compreensão das dinâmicas atuais. Pamela Shoemaker (2011) destaca que, na lógica do *gatekeeping*, os jornalistas atuavam como “porteiros” da informação, selecionando o que deveria ser divulgado ao público. Com a internet, esse papel passa a ser compartilhado com os próprios usuários, que não apenas consomem, mas também produzem, fazem curadoria e comentam conteúdos, uma prática que Axel Bruns (2011) denomina *gatewatching*, ou seja, um formato mais aberto e dinâmico em que a curadoria dos conteúdos pode ser feita pela audiência e a circulação dos conteúdos pode ser mais ampla.

Essa mudança foi favorecida pela ampliação dos canais digitais e pela consolidação de um modelo comunicacional mais participativo. Blogs, redes sociais, *newsletters*, podcasts e revistas digitais compõem esse ecossistema em que o público deixa de ser apenas receptor e se torna também produtor de sentidos. No nosso caso, interessa-nos as revistas digitais e as possibilidades de produção e circulação atuais, que endereçam potenciais antes inexistentes no mercado de massa e dominado por empresas de comunicação proprietárias.

É nesse cenário que emerge a proposta da revista digital *FARFALLA*, com o objetivo de valorizar uma das expressões mais autênticas da identidade brasileira: o artesanato nordestino. No atual contexto midiático, onde as informações circulam de maneira cada vez

mais efêmera e superficial, é fundamental criar espaços que permitam uma imersão profunda nos temas abordados. A moda artesanal, além de expressão estética, é também manifestação cultural, econômica, social e política. Por isso, a *FARFALLA* visa ir além da exibição de peças e tendências: ela busca contar as histórias por trás de cada criação, destacar os artesãos como protagonistas, e refletir sobre os desafios e as possibilidades desse universo.

Assim, a produção desta revista tem como objetivo geral valorizar o trabalho manual, dar visibilidade às práticas culturais nordestinas e estabelecer uma conexão significativa entre os leitores e os artesãos, promovendo a sustentabilidade, o consumo consciente e a preservação das tradições. Para alcançar esse objetivo, são necessários desdobramentos específicos, como explorar as técnicas tradicionais utilizadas na confecção das peças artesanais e sua importância histórica; realizar entrevistas que deem protagonismo aos artesãos enquanto criadores; produzir ensaios fotográficos que evidenciam a beleza e singularidade de suas peças; e diagramar visualmente todo o conteúdo captado, disponibilizando-o digitalmente na plataforma Calaméo, garantindo o acesso democrático, gratuito e ampliado ao público.

Essa proposta se justifica pela relevância histórica, cultural e econômica do artesanato, uma das formas mais ancestrais de manifestação cultural da humanidade, nascido da necessidade de criar instrumentos para a sobrevivência e transformado, ao longo do tempo, em uma potente linguagem artística e simbólica. Muito além de sua função utilitária, o fazer artesanal carrega em si saberes milenares, modos de vida, visões de mundo e vínculos afetivos que atravessam gerações. Cada peça —seja uma cerâmica, uma renda, um bordado, uma escultura em madeira ou um objeto em couro — é carregada de memória, identidade e pertencimento. Assim, o artesanato não apenas representa uma prática estética, mas constitui-se como um importante instrumento de resistência cultural, social e econômica.

No contexto brasileiro, o artesanato ganha contornos ainda mais profundos. Em um país de dimensões continentais e rica diversidade cultural, ele assume múltiplas formas, revelando as particularidades de cada território e grupo social. Segundo informações do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Brasil conta com cerca de 8,5 milhões de artesãos, e o setor representa aproximadamente 3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, movimentando cerca de R\$ 50 bilhões por ano. Trata-se, portanto, de um setor estratégico, que gera emprego, renda e promove a economia criativa ao mesmo tempo em que mantém vivos os saberes tradicionais. Segundo dados do Sistema de

Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (Sicab), somente em 2022 o número de artesãos cadastrados mais que dobrou entre janeiro e agosto, passando de 918 para 2.019 novos registros mensais, totalizando mais de 190 mil profissionais cadastrados na plataforma.

No Nordeste, essa expressão atinge um nível singular de riqueza e originalidade. A região é reconhecida nacional e internacionalmente por sua pluralidade de técnicas e materiais: bordados, crochês, esculturas em madeira, cerâmicas, rendas, peças em palha, couro, algodão colorido, entre outras produções que conjugam ancestralidade, inovação e uma íntima relação com o território. Essa memória é frequentemente transmitida de forma oral e prática, dentro das famílias ou comunidades de artesãos, o que torna a salvaguarda desses saberes um desafio diante das transformações sociais, da globalização e da padronização estética do mercado. Como aponta Dias (2007), o artesanato é construído a partir da experiência vivida e transmitido como uma herança simbólica. Ao preservar essas práticas, preservam-se também vínculos comunitários, formas alternativas de produção e estratégias de resistência frente ao apagamento cultural.

A escolha deste tema parte, também, de uma motivação pessoal e afetiva. A presença do artesanato em nosso cotidiano é anterior à formulação do projeto e está enraizada nas vivências familiares, crescemos em ambientes marcados pela produção artesanal, especialmente por meio do trabalho de tias artesãs. Dessa forma, este projeto se configura como um gesto de reconhecimento e homenagem a essas mulheres que, com suas mãos e memórias, moldaram nossa percepção estética, cultural e afetiva.

Diante desse cenário, este trabalho propõe a criação de uma revista digital como suporte principal para dar visibilidade, reconhecimento e voz aos saberes do artesanato nordestino. A escolha do formato digital se justifica por diversos fatores. Em primeiro lugar, trata-se de um meio de comunicação mais acessível e democrático, com maior capacidade de alcance geográfico e de disseminação do conteúdo, ultrapassando barreiras físicas e permitindo que leitores de diferentes localidades possam acessar, compartilhar e interagir com as reportagens, as entrevistas e os ensaios visuais. Além disso, o ambiente digital permite a inserção de recursos multimídia, como o uso de hiperlinks, enriquecendo a experiência do leitor e ampliando as formas de expressão e percepção dos conteúdos jornalísticos e artísticos apresentados.

A proposta editorial se estrutura, portanto, em três eixos interligados: a compreensão das novas dinâmicas de produção jornalística na era digital, a valorização do artesanato enquanto prática cultural de resistência e pertencimento, e a construção de um conteúdo direcionado a um público que busca consumir informação de maneira crítica, sensível e conectada às questões identitárias e sociais do país.

O período de produção da revista *FARFALLA* teve duração de um ano, iniciando em agosto de 2024 e finalizando em junho de 2025. Ao longo desse processo, foram realizadas diversas etapas de planejamento, pesquisa, apuração, produção de conteúdo, edição e finalização. Posteriormente, por meio deste relatório, busca-se entender a história da revista digital como produto jornalístico, refletir sobre o papel do design e da curadoria editorial nesse processo e descrever todas as etapas técnicas e metodológicas do projeto até sua publicação em meio digital.

Essa proposta encontra respaldo também na definição clara de seu público. A revista se destina, prioritariamente, a um público formado por mulheres, na faixa etária de 20 a 40 anos, interessadas em conteúdos relacionados à moda, cultura e criatividade, especialmente aquelas que buscam compreender e valorizar as referências culturais nordestinas presentes nas práticas artesanais, nos processos criativos e nas expressões identitárias.

No âmbito da moda, a revista assume um papel estratégico ao evidenciar práticas artesanais frequentemente invisibilizadas pelas dinâmicas do mercado, especialmente em razão da predominância do *fast fashion*. A lógica de produção em larga escala, marcada pela efemeridade, descaracteriza elementos identitários e desvaloriza o trabalho manual. Em contrapartida, a moda artesanal reafirma vínculos com o território, com a memória e com os saberes locais, configurando-se como uma forma de resistência cultural e econômica.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Jornalismo de Moda e a moda

A moda, como fenômeno cultural, é uma linguagem que expressa valores, identidades e transformações sociais. Para Marra (2008), ela funciona como uma narração visual que, por meio da imagem, do corpo e do vestuário, constrói simbolicamente a realidade, sendo ao mesmo tempo reflexo e agente de seu tempo. Nesse cenário, o Jornalismo de Moda se afirma como prática interpretativa, que vai além da cobertura de tendências para contextualizar e criticar as expressões estéticas da sociedade. A fotografia de moda, segundo o autor, não apenas documenta, mas inventa narrativas, criando novas formas de ver o mundo.

Com a expansão das mídias digitais, esse jornalismo ganhou novos espaços e linguagens, tornando-se mais acessível e inclusivo. Blogs, redes sociais e revistas online contribuíram para democratizar os discursos sobre moda, valorizando produções autorais, práticas sustentáveis e vozes antes marginalizadas pelo mercado tradicional.

2.2 A transformação das revistas na era digital

Com o avanço das tecnologias da informação e a consolidação da internet como meio de comunicação predominante, os hábitos de consumo de conteúdo sofreram transformações profundas. A sociedade contemporânea passou a vivenciar um novo paradigma informacional, caracterizado pela velocidade na circulação de dados, pela interatividade e pelo acesso instantâneo a conteúdos diversos. O digital deixou de ser apenas uma tendência para se tornar parte estruturante da vida cotidiana e das formas de sociabilidade, impactando diretamente os meios de comunicação tradicionais. As revistas, em especial, diante da necessidade de acompanhar esse novo ritmo social e tecnológico, migraram para o meio digital não apenas por questões técnicas ou de sobrevivência mercadológica, mas como forma de ressignificar suas narrativas.

O meio digital garantiu ao mundo da informação um leque mais amplo e dinâmico de possibilidades, transformando radicalmente as formas de produção, circulação e recepção de conteúdo. Nesse novo ecossistema midiático, as revistas encontraram na internet um ambiente propício para expandirem seu potencial expressivo. De acordo com Palacios (2003), a web trouxe uma nova possibilidade para o fazer editorial ao permitir a convergência de texto,

imagem e som em um mesmo ambiente digital, reunindo elementos que antes estavam dispersos em diferentes formatos de mídia. Essa convergência digital não apenas potencializou os formatos narrativos, mas também alterou profundamente as práticas de consumo cultural, a maneira como se dá a mediação da informação e a própria lógica de interação social.

Nesse cenário de transformações, a experiência do leitor também foi ressignificada. A lógica da interatividade rompeu com os modelos unidirecionais de comunicação e possibilitou que o receptor se tornasse também produtor, seja por meio de comentários, compartilhamentos, sugestões de pauta ou produção de conteúdo colaborativo. O jornalismo, nesse contexto, passou a ser instado a repensar seu papel diante de um público mais exigente, conectado e participativo. O leitor contemporâneo, influenciado pelas novas possibilidades de acesso e personalização da informação, reivindica não apenas espaço de escuta, mas uma presença ativa no processo comunicacional.

Nesse novo panorama, torna-se fundamental que os produtos jornalísticos, como as revistas digitais, estejam atentos aos modos de recepção e engajamento de seus leitores. Compreendendo as expectativas e necessidades de um público cada vez mais segmentado e especializado, essas publicações passam a adotar estratégias comunicacionais próprias do ambiente digital. Elementos como os hipertextos (Candelos, 2006), a transmidialidade e os cruzamentos entre gêneros, formatos e linguagens ampliam as possibilidades expressivas e sensoriais das web revistas. Dessa forma, elas não apenas atendem à demanda por conteúdos mais interativos e dinâmicos, mas também reafirmam sua relevância como espaços de experimentação narrativa e construção coletiva de sentidos.

Com esse processo de adaptação e reinvenção do jornalismo no meio digital, as revistas online não se destacam apenas pelo conteúdo textual que produzem. A experiência do leitor é amplamente influenciada por um conjunto de elementos que vão além das palavras. Aspectos como a navegabilidade, a identidade visual, a usabilidade da interface e a experiência sensorial proporcionada ao usuário tornam-se fundamentais para o sucesso da publicação. A curadoria das imagens, a disposição dos elementos gráficos, a escolha estética das fotografias dialogam com a proposta editorial e contribuem para uma experiência imersiva. Essa harmonia entre forma e conteúdo é um dos diferenciais mais marcantes das revistas digitais, que compreendem que informar, hoje, também é cativar visualmente, facilitar a leitura e promover interações significativas com o público.

2.3 O design gráfico e a narrativa editorial digital

No cenário contemporâneo da comunicação editorial, o design gráfico consolida-se como elemento estruturante da experiência digital. Longe de ser apenas um recurso visual complementar, ele assume um papel estratégico ao organizar a informação, facilitar a navegação e estabelecer vínculos sensoriais e emocionais com o público. A transposição de conteúdos do impresso para o digital exige uma nova lógica de composição, na qual o design gráfico atua como linguagem visual integrada ao conteúdo editorial.

A diagramação, a escolha tipográfica, a paleta de cores, o uso das imagens e dos elementos gráficos complementares não apenas colaboram para a estética da publicação, mas influenciam diretamente na forma como o conteúdo é percebido, compreendido e assimilado pelo leitor. Como aponta Rossi (2008), o design gráfico da página é parte essencial da identidade visual da revista, funcionando como uma marca reconhecível que diferencia a publicação no mercado editorial e contribui para fidelizar o leitor.

A construção de uma identidade visual sólida passa, portanto, por decisões projetuais que envolvem a tipografia, hierarquia da informação, uso de grids, organização de colunas e disposição de imagens. A maneira como a informação é apresentada afeta diretamente a forma como ela é interpretada. Um bom projeto gráfico guia o olhar do leitor, facilita a leitura e ajuda na compreensão da mensagem. De acordo com Gruszynski e Chassot (2006), o design da página tem peso equivalente ao conteúdo textual. Nesse contexto, a visualidade deixa de ser apenas suporte e se torna conteúdo em si mesma.

Com o avanço das tecnologias digitais e das ferramentas de produção gráfica, esse papel do design foi ampliado. Como destacam Possamai e Gonçalves (2008), a integração entre tecnologia, comunicação e mercado fez com que o designer gráfico assumisse novas responsabilidades, atuando desde a concepção editorial até a entrega final do produto. A digitalização dos processos e a flexibilização dos suportes, como o acesso por diferentes dispositivos, exigem um design responsivo, capaz de adaptar-se sem comprometer a coerência visual da publicação.

Nesse contexto, a linguagem visual se expande. Como afirma Belluzzo de Campos (2006), os produtos de design hoje circulam em múltiplas plataformas, como livros, websites, aplicativos e redes sociais. O designer, então, deve ser capaz de construir uma identidade

visual que dialoga com as especificidades de cada suporte, respeitando questões técnicas, funcionais e culturais. A harmonia entre forma e função torna-se um objetivo constante.

2.4 O poder comunicativo das cores e tipografia

A identidade visual de uma publicação digital trata-se de uma construção simbólica que expressa valores, posicionamentos editoriais e intenções comunicativas por meio da linguagem visual. Ela é, portanto, um dispositivo estratégico de mediação entre o conteúdo e o público, manifestando-se em elementos como paletas cromáticas, tipografias, logotipos e estruturas visuais que, em conjunto, conferem personalidade ao projeto editorial.

Nesse processo, a cor possui papel expressivo de grande impacto. Ela atua como linguagem visual com poder de significação. A cor pode sugerir sensações, destacar temas, sinalizar categorias e afetar emocionalmente o leitor. Quando usada intencionalmente, comunica tanto quanto o texto ou a imagem. Guimarães (2003) descreve esse uso como “cor-informação”, ou seja, a cor que informa, orienta e enfatiza sem necessidade de verbalização. A psicologia das cores contribui diretamente para esse entendimento ao apontar que diferentes tonalidades podem evocar sentimentos específicos, influenciando a forma como o conteúdo é percebido. Cores quentes, por exemplo, são frequentemente associadas a estímulos como energia, proximidade ou urgência, enquanto as frias remetem à serenidade, distanciamento ou racionalidade. É importante, no entanto, considerar o contexto sociocultural em que essas cores são aplicadas, pois sua interpretação pode variar conforme o repertório do público (GUIMARÃES, 2003).

Já a tipografia atua como uma voz gráfica. Cada família tipográfica carrega traços visuais que comunicam estilo, intenção e tom. Em projetos editoriais, a escolha da tipografia deve estar alinhada à proposta da publicação, pois ela é capaz de reforçar o caráter formal ou informal do conteúdo, sugerir tradição ou modernidade, sobriedade ou ousadia. A articulação entre cor e tipografia contribui para a criação de uma atmosfera visual coerente com o discurso editorial.

3 DETALHAMENTO TÉCNICO

3.1 Descrição do produto

FARFALLA - A Revista de Moda Artesanal,¹ nasce como uma proposta inovadora no cenário editorial digital, com foco na valorização cultural da moda artesanal nordestina. Seu nome, derivado do italiano *farfalla*, que significa “borboleta”, carrega uma simbologia potente: a da transformação, tanto da moda enquanto expressão artística quanto dos meios de difusão, representada pela transição ao formato digital.

Segundo Scalzo (2009), a revista é mais que um veículo de comunicação, é um espaço de encontro simbólico entre editor e leitor, onde se constrói uma identidade coletiva. Nesse sentido, *FARFALLA* busca dialogar com um público que compartilha de uma valorização da cultura local, das práticas artesanais e das transformações sociais promovidas por essas expressões.

Diante desses aspectos, a revista organiza-se em sete editoriais temáticos, cada um dedicado a uma técnica artesanal representativa da diversidade cultural paraibana: Crochê, Escama de Peixe, Macramê, Algodão colorido, Couro, *Patchwork* e Fuxico. As seções recebem o nome da prática artesanal abordada, promovendo uma estrutura editorial que valoriza a singularidade de cada expressão manual.

A proposta visual e editorial busca ressignificar o fazer artesanal por meio de diferentes gêneros textuais e visuais, como reportagem, entrevista, ensaio fotográfico, crônica e poema. Os títulos das matérias também se conectam com o conteúdo que apresentam, carregando em si significados simbólicos e afetivos que reforçam o vínculo entre forma e essência. É o caso de títulos como “Materniarte”, que une as palavras maternidade e arte para expressar uma história marcada por reinvenções e afetos. Da mesma forma, “A Magia que Resgata Sonhos”, “A Flor que Nasce no Sertão” e “A Luta e a Paixão por *Patchwork* na Paraíba” revelam, por meio da linguagem, os múltiplos sentidos que permeiam o artesanato enquanto prática cultural e instrumento de identidade.

Na abertura, o destaque é o “Crochê”, apresentado por meio de três abordagens complementares. A primeira é uma história em quadrinhos da designer Alessandra Félix, que constrói uma narrativa distópica entre a figura da Barbie e o universo do Crochê, funcionando

¹ LINK PARA A REVISTA NO CALAMÉO: <https://www.calameo.com/read/00795964016062d495ab4>

como recurso introdutório para a matéria seguinte. Essa matéria aborda a trajetória cultural da Barbie e a história de vida da artesã Ailma Duarte, reconhecida por confeccionar roupas para bonecas utilizando a técnica do Crochê. Como ponto alto da editoria, foi realizada uma sessão fotográfica autoral no Clube Campestre e no Kroassaint, com peças criadas por duas artesãs independentes, Lu Magalhães e Susy Meire, e com a participação das modelos Gabrielly Vidal, Lis Maria e Marina Cavalcante.

Como proposta para refletir e aprofundar a temática do reaproveitamento e da sustentabilidade, a revista apresenta a segunda seção intitulada "Escamas de Peixe". Nela, é apresentada uma entrevista com Lia Souto, que compartilha sua trajetória com a arte sustentável, destacando seu envolvimento com o grupo Sereias da Penha. A partir desse relato, desenvolve-se uma reportagem adaptada especialmente para a revista *FARFALLA*, que explora os aspectos culturais, sociais e ambientais da produção artesanal com escamas de peixe, realizada no Bairro da Penha, em João Pessoa, Paraíba. A matéria ressalta como essa prática alia criatividade, preservação ambiental e fortalecimento de comunidades locais por meio do reaproveitamento de materiais descartados.

A terceira seção, intitulada "Macramê", propõe uma reflexão sobre a construção da identidade da revista no que se refere à representação da mulher. A reportagem escrita por Nathália Aguiar, destaca a figura materna de Sara Medeiros como elo fundamental na trajetória de vida, evidenciando como, por meio da arte, essa mulher busca se reinventar diariamente no contexto social. Dessa forma, *FARFALLA* adota uma linguagem sensível e simbólica, posicionando a mulher como protagonista de sua narrativa editorial. Essa abordagem se reflete tanto nas entrevistas quanto nos conteúdos visuais, reforçando o compromisso da revista em dar visibilidade a histórias femininas marcadas pela força, pela criatividade e pela transformação através do fazer artesanal.

Trazendo um dos principais símbolos culturais da Paraíba, a quarta seção é fortemente marcada pelas raízes do sertão, tendo como destaque o tradicional "Algodão Colorido". Através da história da marca Via Terra, a seção busca impulsionar memórias, valorizar saberes locais e evidenciar as riquezas naturais e simbólicas desse patrimônio imaterial regional.

A quinta seção é dedicada ao tema do couro, e se desdobra em dois formatos narrativos: uma crônica escrita por Eva Leite, intitulada "O Couro que Reveste a Vida", e um

editorial composto pelo fotógrafo Pablo Hasmuller, que apresenta o Expocouro de Cabaceiras-PB, como um evento emblemático, fortemente ligado à cultura e à tradição local.

Como forma de evidenciar a diversidade que o artesanato permite, a sexta seção aborda a técnica do “Patchwork” da artesã Socorro Leite, destacando o uso de acessórios produzidos por meio dessa arte e dialogando com a essência do estilo, tradicionalmente conhecido como a junção de retalhos.

Encerrando a edição com sensibilidade, memória e perspectivas de vida, a última seção — denominada “Fuxico” — apresenta a história da artesã Francisca Ferreira, através do poema “Pelas Mãos de Francisca”, resgatando a essência da Farfalla ao transformar a arte em narrativas que merecem ser contadas. Na sequência, um editorial fotográfico produzido no Sítio Sargento Luiz Gonzaga, com as modelos Emilly Dantas e Milena Ferreira, finalizando a revista com os rostos que deram nome a *FARFALLA*.

A revista também dedica especial atenção aos artesãos e às peças que compõem cada editoria, destacando o valor humano e artístico por trás do processo criativo. Conforme ressalta Crane (2006), as roupas funcionam como artefatos que “criam” comportamentos e afirmam identidades sociais, moldando a forma como os indivíduos se expressam e se relacionam socialmente.

3.2 Aspectos gráficos e editorial

A eficácia de uma revista enquanto meio comunicacional depende diretamente de como os recursos gráficos são combinados e organizados para potencializar a mensagem que se deseja transmitir. Por isso, é fundamental que a composição visual, incluindo paleta cromática, fontes, imagens, estrutura da página e organização espacial, seja pensada estrategicamente, de forma a fortalecer o discurso editorial e ampliar seu impacto junto ao público.

O design gráfico assume papel central como mediador entre conteúdo e leitor. Ele não apenas estrutura visualmente a informação, mas também agrega camadas de sentido ao transformar conceitos editoriais em linguagem visual. Como afirma Fetter (2011), “o projeto gráfico traduz visualmente o projeto editorial e, quando é consistente, revela capacidade de renovação sem perder seu foco conceitual”. Trata-se, portanto, de um componente que exige do designer além do domínio técnico, um repertório cultural, sensibilidade estética e uma

capacidade de articulação. O resultado esperado é um produto editorial que se mantenha relevante, reconhecível e inovador.

Portanto, a capa da revista foi concebida como peça-chave na comunicação com o público, cumprindo uma função estratégica de identificação e atração. O logotipo desenvolvido para esta edição parte de um conceito gráfico que remete às linhas e costuras do vestuário artesanal, estabelecendo vínculo direto com o tema da edição. Utilizou-se, para isso, a fonte Argue, cujas ondulações presentes em algumas letras da palavra *FARFALLA*, remetem às linhas típicas das roupas artesanais. A construção da marca contou com a consultoria do designer André Sátiro, que orientou o desenvolvimento visual, colaborando para que a identidade gráfica fosse singular e conectada ao conteúdo.

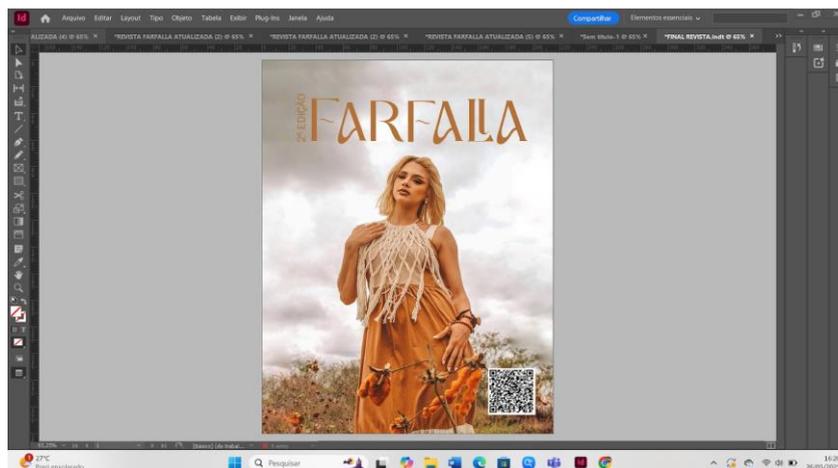
Figura 1 - Logotipo *FARFALLA*



Fonte: André Sátiro, Designer Gráfico.

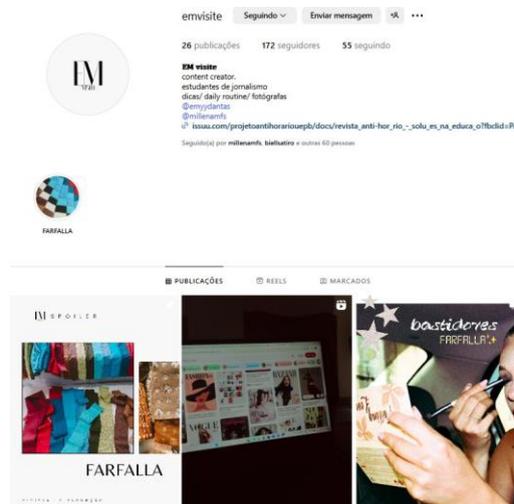
Além disso, no canto inferior direito da capa, colocamos um QR Code do Instagram profissional, EM Visite, onde foram publicados no formato de conteúdo audiovisual, todo o processo criativo e os bastidores para a produção deste material.

Figura 2 - Diagramação da capa



Fonte: Captura de Tela.

Figura 3 - Instagram profissional EM Visite com os vídeos de bastidores



Fonte: Captura de Tela.

Importante destacar que esta é a segunda edição da revista, sucedendo a edição anterior que abordou a história do jeans, desenvolvida em abril no ano de 2023, no contexto da disciplina de Laboratório de Projeto Gráfico.

Figura 4 - Capa da 1ª edição da Revista FARFALLA



Fonte: Autoria Própria (2023).

As escolhas tipográficas da revista foram fundamentadas em critérios de legibilidade, hierarquia da informação e coerência estética. A intenção foi criar uma leitura fluida, com marcas visuais bem definidas entre os diferentes níveis de conteúdo textual. Para os títulos e subtítulos, utilizou-se uma variação da família tipográfica Franklin Gothic, nas versões Heavy (corpo 24 pt) e Book (corpo 18 pt), ambas sem serifa, garantindo destaque e uma aparência contemporânea nas chamadas principais.

Já para o corpo de texto e o nome do autor, foi adotada a Minion Pro, fonte com serifa, em tamanho 14 pt. Essa escolha confere maior conforto à leitura de blocos extensos e reforça um tom editorial mais tradicional, estabelecendo um equilíbrio visual com a modernidade dos títulos. A combinação dessas famílias tipográficas contribui para uma estruturação clara das informações e reforça a identidade gráfica da publicação.

As cores escolhidas para a composição gráfica da revista seguem uma paleta predominantemente terrosa com variações entre tons suaves e intensos de marrom, telha e caramelo (#BA9F8B, #A68170, #8B5038, #B2713B, #AC4716, #B23B06). Além disso, a paleta de cores também dialoga diretamente com a imagem de capa da revista, que apresenta o algodão colorido. Os tons utilizados foram inspirados nas próprias variações cromáticas do algodão, como o tom Rubi, por exemplo.

Figura 5 - Seleção de cores utilizadas na Revista



Fonte: Autoria Própria.

O layout da revista adota um design de base minimalista, priorizando a valorização visual das peças e técnicas artesanais, conforme defendem Scutare e Del Vachio (2019), ao apontarem que esse tipo de abordagem destaca melhor coleções em constante renovação.

Um design mais minimalista, que está menos preocupada em detalhes ou efeitos para o layout e mais focalizados na exibição imagética das peças e itens de moda, é muito mais vantajoso para destacar os modelos e coleções, que se renovam frequentemente e precisam chamar a atenção daqueles que se interessam em acompanhar ou estar sempre atualizados com a moda. (Scutare; Del Vechio, 2019).

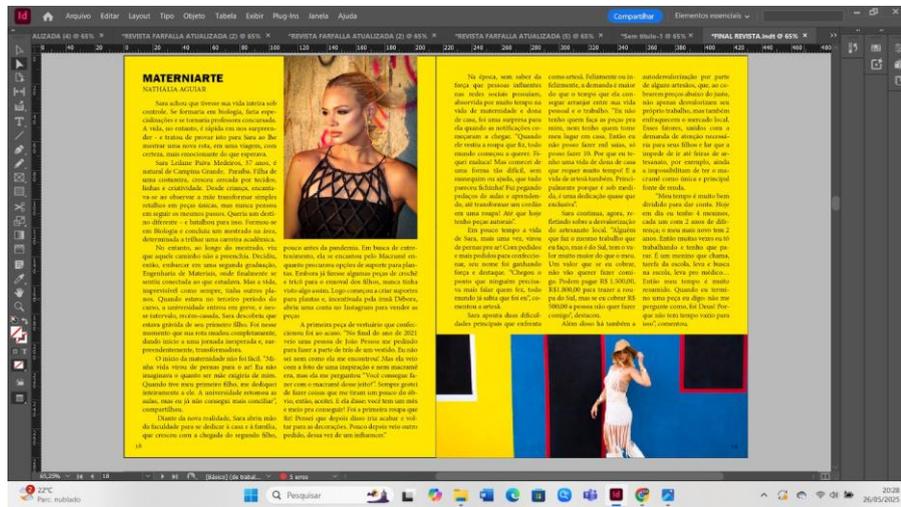
A partir dessa perspectiva, algumas seções da revista receberam tratamentos gráficos específicos: o tom rosa na seção da Barbie para simbolizar o universo visual associado a essa personagem emblemática do mundo da moda (figura 6); na seção do macramê, aplicação de tons mais vivos, em diálogo com as cores do ambiente onde as fotos foram realizadas, garantindo unidade entre conteúdo e cenário (figura 7); e, na página do fuxico, a letra “F” foi preenchida com fuxicos, reforçando visualmente a técnica artesanal (figura 8).

Figura 6 - Diagramação da página sobre o Crochê



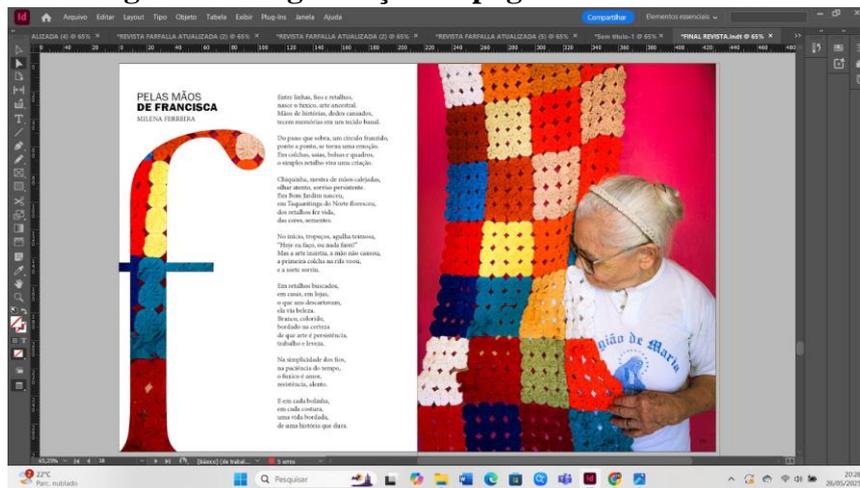
Fonte: Captura de Tela.

Figura 7 - Diagramação da página do Macramê



Fonte: Captura de Tela.

Figura 8 - Diagramação da página sobre o Fuxico



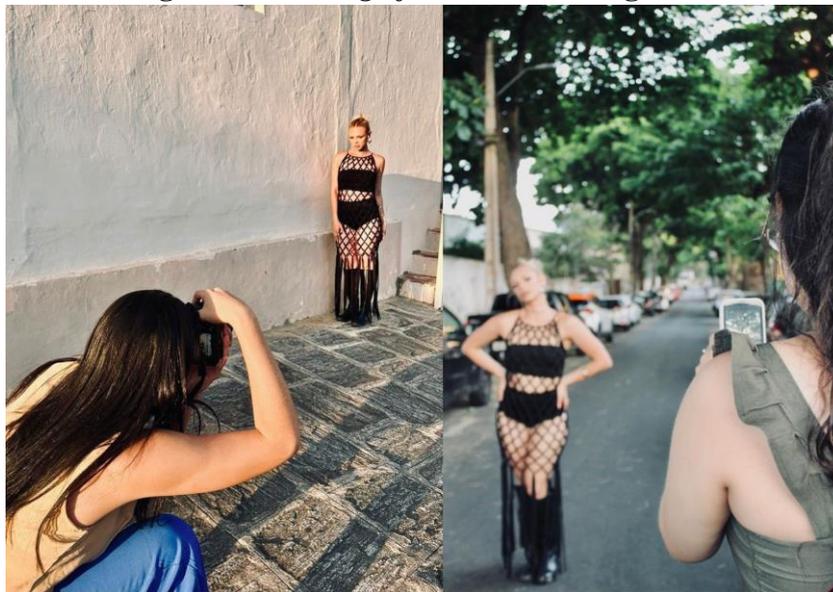
Fonte: Captura de Tela.

No que se refere à construção editorial da revista, optou-se por uma abordagem visual contemporânea, alinhada às tendências da fotografia de moda atual. Os ensaios foram pensados para transmitir uma estética limpa, com predominância de planos fechados e foco nos detalhes das peças, de modo a ressaltar texturas, formas e acabamentos artesanais. Cada editorial foi concebido dentro de um contexto temático, dialogando com os conceitos abordados nas reportagens e entrevistas. A intenção foi apresentar ao público possibilidades de composição criativa no vestuário, explorando combinações que misturam o tradicional e o contemporâneo. Além de reforçar a narrativa da revista, os editoriais funcionam como vitrines

para os produtos artesanais, contribuindo para sua ressignificação no cenário da moda independente e autoral.

Essa proposta editorial se conecta diretamente ao papel que as revistas de moda desempenham na mediação entre a criação e o consumo. Conforme aponta Moeran (2013), essas publicações não apenas informam sobre o que está em alta, mas também atribuem sentido às tendências, influenciando a forma como o público compreende e se relaciona com a moda. Ao estruturar os editoriais com temáticas alinhadas às reportagens e à estética artesanal das peças, a proposta vai além de apresentar composições visuais inspiradoras, ela busca contribuir ativamente para a construção de um olhar coletivo sobre o vestuário contemporâneo, valorizando a cultura local e o equilíbrio entre tradição e inovação.

Figura 9 - *Making of* do Ensaio Fotográfico



Fonte: Autoria Própria.

3.3 Pré-produção e pós-produção

O projeto da Revista *FARFALLA* foi desenvolvido no âmbito da disciplina de Laboratório de Projeto Gráfico, ministrada por Rackel Cardoso, a partir de uma proposta prática que consistia na criação de composições por meio de colagens com recortes de revistas. Durante essa atividade, surgiu o nome da publicação, construído com base em um processo criativo que integrou elementos de identidade visual, simbolismo e expressividade. Em uma etapa posterior da mesma disciplina, foi elaborada a diagramação da primeira edição

da revista, cujo conteúdo teve como foco central a tendência do jeans no contexto da moda contemporânea.

No decorrer da graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), a Revista *FARFALLA* acompanhou nosso percurso formativo como um projeto em constante transformação, amadurecendo à medida que adquirimos novos conhecimentos e experiências. O conceito da revista evoluiu gradualmente, ganhando consistência estética e editorial. Ao ingressarmos na etapa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), já contávamos com uma base sólida e uma proposta definida: dar continuidade à publicação de forma autêntica, incorporando valores que representassem nossa identidade enquanto estudantes e futuros comunicadores. A escolha da moda artesanal como eixo temático partiu desse desejo de expressão singular, refletindo a interseção entre moda, arte e cultura.

Com a temática definida, partimos para a etapa de aprofundamento teórico, com o objetivo de entender melhor os fundamentos que sustentariam nossa proposta. A escolha pela moda artesanal surgiu do interesse em valorizar o trabalho dos artesãos paraibanos, destacando sua importância não apenas como manifestação cultural, mas também como parte ativa da economia local e da cadeia produtiva da moda.

Diante da variedade de expressões existentes dentro do artesanato, percebemos a necessidade de delimitar o foco da nossa abordagem. Optamos por selecionar nichos que representassem o diálogo entre tradição e inovação, destacando produções que carregassem identidade e história. A partir dessas definições, iniciamos a pesquisa de campo, buscando personagens cujas trajetórias de vida foram transformadas pelo trabalho artesanal, reforçando o poder dessa prática como ferramenta de mudança social e construção de novas perspectivas.

Com o projeto estruturado, demos início à etapa de entrevistas e ao mapeamento das fontes que comporiam a revista. Paralelamente, alguns ensaios fotográficos já estavam sendo produzidos e alinhados com as narrativas previamente selecionadas. No entanto, ao longo desse percurso, enfrentamos alguns desafios que impactaram diretamente o andamento do trabalho, como dificuldades logísticas, entraves na produção editorial e a mudança de orientação do Trabalho de Conclusão de Curso.

A troca de orientador, motivada por diversas circunstâncias, gerou um período de instabilidade e incerteza. Contudo, ao ingressarmos na disciplina de TCC II, contamos com a orientação do professor Fernando Firmino, que nos ofereceu direcionamento e acompanhou

de forma constante o desenvolvimento do projeto. Foram realizadas reuniões presenciais, além de trocas frequentes por e-mail e mensagens de áudio, o que contribuiu significativamente para o amadurecimento da proposta.

A fase de pós-produção foi iniciada após a finalização das reportagens, diagramação e definição visual da revista. Optamos por publicá-la na plataforma Calaméo, uma ferramenta digital gratuita que possibilita a ampla divulgação do material, garantindo acessibilidade ao público e facilitando a circulação do conteúdo de forma dinâmica e interativa.

4 CRONOGRAMA

Escolhas/Etapas	Ago/24	Set/24	Out/24	Nov/24	Dez/24
Escolha do Tema	X				
Pesquisa bibliográfica	X				
Elaboração do projeto		X			
Entrevistas		X			
Produção de Editorial Fotográfico			X		
Produção das matérias				X	
Desenvolvimento do projeto gráfico					X

Tabela 1 - Cronograma de Ações Realizadas

Escolhas/Etapas	Fev/25	Mar/25	Abr/25	Mai/25	Jun/25
Revisão do projeto	X				
Edição das Matérias	X				
Construção da revista digital	X				
Acompanhamento da produção da revista		X			
Edição de imagens	X				
Diagramação			X		
Produção do relatório				X	
Publicação da revista					X
Revisão final					X
Orientação	X	X	X	X	X

Tabela 2 - Cronograma de Ações Realizadas

5 ORÇAMENTO

Em relação aos custos de produção, os gastos foram organizados de forma a viabilizar as atividades essenciais ao desenvolvimento da revista. Foram destinados recursos para transporte e alimentação, garantindo o deslocamento até os locais de entrevistas e sessões de fotos, bem como as necessidades básicas da equipe durante a produção externa. Para o registro fotográfico, foi adquirido ainda um cartão de memória, indispensável para o armazenamento das imagens captadas durante a produção. Além disso, foi obtido um pacote do aplicativo Lightroom, voltado ao tratamento e aprimoramento das imagens, assegurando maior qualidade visual para a publicação. Também foi considerado, no orçamento, o custo da assinatura do pacote Adobe Creative Cloud, necessário para o uso de softwares gráficos no processo de diagramação e finalização da revista.

Item	Valor
Transporte	R\$ 300,00
Alimentação	R\$ 100,00
Câmera Fotográfica (Canon T6)	R\$4.000,00
Cartão de memória	R\$ 60,00
Pacote Adobe Creative Cloud	R\$ 230,00
Smartphone iOS	R\$5.000,00
TOTAL	R\$ 9.690,00

Tabela 3 - Orçamento de gastos realizados

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Revista *FARFALLA* nasceu muito antes do nosso Trabalho de Conclusão de Curso, ela foi, na verdade, um processo contínuo de transformação que nos guiou até este momento. O nome *FARFALLA*, que significa borboleta, simboliza perfeitamente essa metamorfose, esse voo de evolução que tomou forma em um projeto que hoje é nosso com muito orgulho. Desde o início, ao revisitar a produção feita na disciplina de Projeto Gráfico, percebemos que aquela simples ideia poderia crescer e se tornar algo muito maior. A primeira edição, dedicada ao universo do jeans, foi o ponto de partida que nos permitiu experimentar, errar e aprender. Mas foi ao escolhermos a moda artesanal do Nordeste como tema da segunda edição que o projeto ganhou alma, identidade e propósito.

Diante da nossa identidade, o artesanato demonstra em cada página a expressão viva da cultura, o pulsar das mãos que transformam em histórias, memórias e sentimentos de cada artesão. Cada peça apresentada na revista representa, lutas e sonhos tecidos com paciência e paixão. Valorizar o artesanato é reconhecer a força criativa que habita o nosso interior, o elo entre passado e futuro, a arte de preservar o que nos torna únicos.

Mais do que um trabalho acadêmico, a *FARFALLA* nos conectou com histórias de vida reais, feitas de arte e resistência. Foi nesse encontro com artesãos e artesãs da Paraíba que entendemos o poder da comunicação: não apenas informar, mas emocionar, dar voz e visibilidade a narrativas que muitas vezes não são valorizadas.

Com noites mal dormidas, de esforço intenso, momentos de dúvida e, acima de tudo, uma dedicação que veio do coração. Costuramos, com amor e empenho, cada página, cada linha, sabendo que estávamos construindo algo capaz de transformar histórias em valor de vida. Assim, este projeto não representa um fim, mas um início — o despertar de um reconhecimento merecido aos nossos artesãos e à riqueza cultural do Nordeste. Que a Revista *FARFALLA* siga voando, levando consigo o respeito, a identidade e a paixão que nos inspiraram desde o começo.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Artesanato vive movimento de crescimento de demanda e do número de profissionais cadastrados. **Agência Sebrae**, 10 mar. 2023.

Disponível em:

<https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreededora/artesanato-vive-movimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/>. Acesso em: 28 maio 2025.

BELLUZZO DE CAMPOS, Gisela. Linguagem visual em design gráfico impresso e digital. In: CAMPOS, G. B.; PRIOSTE, M. (Orgs.). **Revista Estudos em Design**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, 2005.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Vol 7, nº 2, pp.119-140,2011.

CANDELOS, Rosemeire de Souza. **Hipertexto: teoria e prática pedagógica**. São Paulo: Paulinas, 2006.

CLEMENCIO, Maria Aparecida. Artesanato e moda: uma contribuição ao processo. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 2, n. 3, p. 168–179, 2009. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7787>. Acesso em: 25 maio 2025.

CRANE, Diana. Moda, identidade e mudança social. **A moda e seu papel social** (pp. 21-63). São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.

DIAS, Maria Esther B. **A Dialética do Cotidiano**. São Paulo: Cortez, 1982.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986–2010)**. 221 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre, 2011.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; CHASSOT, Sophia Seibel. O projeto gráfico de revistas: uma análise dos dez anos da revista Capricho. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, v. 5, n. 10, p. 1–37, jul./dez. 2006.

GUIMARÃES, Luciana. **A cor como informação: comunicação, cognição, senso e significado**. 179 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

IMAGINÁRIO BRASILEIRO. **Explorando a riqueza cultural do artesanato Brasil**. Imaginário Brasileiro, [s.l.], 27 fev. 2024. Disponível em: <https://imaginariobrasileiro.com.br/blogs/news/explorando-a-riqueza-cultural-do-artesanato-brasil>. Acesso em: 26 maio 2025.

MARRA, Claudio. Nas sombras de um sonho: história e linguagem da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008

MOERAN, Brian. Lançando a moda: o discurso das revistas. **Comunicação e Sociedade**, vol. 24, p. 95-119, 2013.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. Salvador: Calandra, 2003.

POSSAMAI, Benedito; GONÇALVES, Berenice Santos. **Impressão digital: novos conceitos na indústria gráfica e novos desafios para os designers**. [S. l.]: SATC/UFSC, 2008.

ROSSI, Geraldo Abud. **O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas**. 2008. 139 f. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SANTANA, Cássia Cristina Dominguez; COPPOLA, Soraya Aparecida Alvares. Moda artesanal: explorando uma cultura regional brasileira por técnicas e saberes tradicionais. **Revista Digital do LAV – Santa Maria**, v. 14, n. 1, p. 47–72, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/55095/2/Moda%20artesanal.pdf>. Acesso em: 26 maio 2025.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo. Contexto, 2004.

SCUTARE, Talita de Oliveira; DEL VECHIO, Gustavo Henrique. Tendências de design para site de marcas do mercado da moda. **Revista Interface Tecnológica**, v. 16, n. 2, p. 49-61, 21 dez. 2019. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/a399/59cd352579b6d25138f2552b968ad4f0e05f.pdf> Acesso em: 26 maio 2025.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011.