



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO – DECOM
CURSO DE JORNALISMO**

**ANA CLAUDIA DOS SANTOS INÁCIO
SANDY HELOÍSE RODRIGUES DE FARIAS**

**REVISTA KOROA:
UMA PUBLICAÇÃO DE MODA PARA O PÚBLICO IDOSO**

CAMPINA GRANDE – PB

2022

**ANA CLAUDIA DOS SANTOS INÁCIO
SANDY HELOÍSE RODRIGUES DE FARIAS**

**REVISTA KOROA:
UMA PUBLICAÇÃO DE MODA PARA O PÚBLICO IDOSO**

Relatório técnico apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de bacharelas em Jornalismo.

Orientador(a): Prof^a Dr^a Agda Patrícia Pontes de Aquino

CAMPINA GRANDE – PB

2022


**ANA CLAUDIA DOS SANTOS INÁCIO
SANDY HELOÍSE RODRIGUES DE FARIAS**

**REVISTA KOROA:
UMA PUBLICAÇÃO DE MODA PARA O PÚBLICO IDOSO**

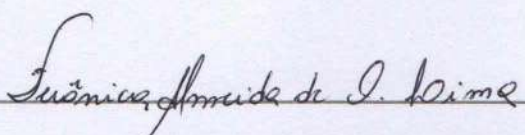
Relatório técnico apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de bacharelas em Jornalismo.

Aprovado em 23/11/22

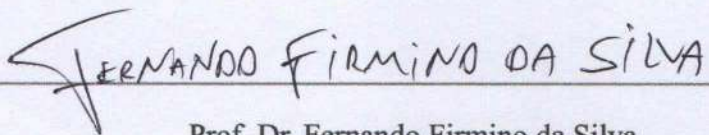
BANCA EXAMINADORA



Profª Drª Agda Patrícia Pontes de Aquino (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª Drª Verônica Almeida de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma 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.

I35r Inacio, Ana Claudia dos Santos.
Revista Koroa: Uma publicação de moda para o público idoso [manuscrito] / Ana Claudia dos Santos Inacio. - 2022.
46 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Dra. Agda Patrícia Pontes de Aquino, Departamento de Comunicação Social - CCSA."

1. Jornalismo. 2. Moda. 3. Público idosos. 4. Revista Koroa. I. Título

21. ed. CDD 070.4

A todas as pessoas que nos apoiaram e
incentivaram para que este trabalho fosse
desenvolvido. DEDICAMOS.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por nos permitir chegar até aqui. A nossa família, aos nomes de Veronice Farias, Margarida Maria, Vanessa Farias, Irene Maria, José Inácio, Geraldo Oliveira (In memorian), Carlos Farias (In memorian), nossa base, que diariamente torcem por nós e acreditam nos nossos sonhos, eles são o combustível para continuarmos.

A todos os professores do curso que ao longo desses anos contribuíram para o nosso crescimento, como profissionais e como pessoas. Em especial, ao professor Rostand Melo que sempre tão solícito, contribuiu imensamente para as produções dos editoriais da nossa revista, e ao longo dessa caminhada acadêmica.

A nossa banca examinadora, Veronica Oliveira e Fernando Firmino, pessoas incríveis que nos inspiraram a ser mais que estudantes de jornalismo, pessoas realmente comprometidas com a verdade e todo o cenário social que a profissão envolve, o cuidado com as palavras e com as pessoas. Obrigada por toparem avaliar nosso projeto.

A nossa maravilhosa orientadora, Agda Aquino, que foi nossa calma em meio a alguns surtos de ansiedade. Que antes mesmo de aceitar nos orientar já ajudava tanto com nossas dúvidas, afastava nossos medos e sempre insistia que seríamos capazes de chegar até aqui. Sem ela, esse trabalho não teria a mesma cor. Obrigada, pelo apoio, incentivo e por tanto carinho.

Por fim, obrigada a todos que direta e indiretamente participaram desse projeto, amigos, colegas de trabalho e nossos entrevistados. Dizem que só quem sonha consegue alcançar... Estamos no caminho. Mais um passo foi dado!

“Só vai ficar com a gente até o fim
aquele que, depois da nossa utilidade,
descobriu o nosso significado.”

(Pe. Fábio de Melo)

RESUMO

O produto midiático realizado como Trabalho de Conclusão de Curso aqui apresentado consiste na apresentação de uma revista de edição única inspirada na vertente do Jornalismo Literário, aqui nomeado como “Jornalismo Literário aplicado ao Jornalismo de Moda”. Seu objetivo é dar destaque a diversos estilos, histórias, culturas e experiências de vida, através de reportagens, entrevista, fotografias, ilustrações, perfis, crônicas e poesias que contam e expressam os conceitos e peculiaridades dos variados personagens que compõem um cenário formado pelo público pouco vislumbrado pelo jornalismo de moda: a beleza dos públicos geralmente marginalizadas pela sociedade; suas crenças, seus desejos, seus traumas, seus ensinamentos para esta geração tão conectada à mediocridade dos modismos e das tendências. Neste relatório, encontram-se descritos todos os processos de pré-produção, produção e pós-produção do produto midiático Koroa: uma publicação digital de 48 páginas dedicadas ao público 60+ com temáticas que englobam as várias modalidades jornalísticas à exemplo de editoriais de moda; infográficos; colunas e reportagens de em média 7 editorias diferentes.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo. Moda. Idosos. Revista

ABSTRACT

The media product carried out as a Course Completion Work presented here, consists of the presentation of a single edition magazine inspired in the field of Literary Journalism, here named Journalism Literary Applied to Fashion Journalism. Its objective is to highlight different styles, histories, cultures and life experiences, through reports, interviews, photographs, illustrations, profiles, chronicles and poetry that tell and express the concepts and peculiarities of the various characters that make up a scenario formed by a public, in most cases, little glimpsed by fashion journalism: the beauty of publics generally marginalized by society; their beliefs, their desires, their traumas, their teachings for this generation so connected to the mediocrity of fads and trends. In this report, all the pre-production, production and post-production processes of the media product Koroa are described: a 48-page digital publication dedicated to the 60+ audience with themes that encompass the various journalistic modalities such as fashion editorials; infographics; columns and reports from an average of 7 different editorials.

KEYWORDS: Journalism. Fashion. Elderly. Magazine.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Pesquisa idosos cada vez mais conectados.....	17
Figura 02 - Pesquisa usuários 50+ e a tecnologia.....	17
Figura 03 - Revista publicada no Issuu.....	22
Figura 04 - Equipamentos usados.....	24
Figura 05 - Produção do primeiro editorial.....	25
Figura 06 - Produção do segundo editorial.....	26
Figura 07 - Diagramação da capa da revista.....	26
Figura 08 - Diagramação da revista no InDesign.....	27
Figura 09 - Nomes dos editoriais.....	27
Figura 10 - Corpo dos textos.....	28
Figura 11 - Seleção de cores usadas na revista.....	28
Figura 12 - Capa.....	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Orçamento de gastos realizados.....	22
Tabela 02 - Cronogramas de Ações Realizadas.....	23
Tabela 03 - Cronogramas de Ações Realizadas.....	23

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. O JORNALISMO DE MODA PARA O PÚBLICO 60 +.....	13
1.1 A revista como produto jornalístico.....	13
1.2 O jornalismo literário inspirando uma produção de moda.....	14
1.3 Jornalismo no meio digital.....	15
1.4 O público 60 + na mídia de moda.....	16
2. PRODUÇÃO DA REVISTA.....	19
2.1 Pré-produção.....	21
2.2 Produção.....	21
2.3 Pós-produção.....	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
REFERÊNCIAS.....	31
APÊNDICES.....	32

INTRODUÇÃO

Os idosos, por vezes marginalizados pela sociedade, hoje estão se fortalecendo enquanto grupo que ocupa lugar nas mídias. Fechar os olhos e ignorá-los já não é opção para uma sociedade cada vez mais conectada à internet. As mídias digitais são veículos importantes para serem usados como ferramentas de inclusão desse público, e são através delas que eles querem, e estão conseguindo gradativamente, ter o reconhecimento que almejam.

Noções acerca da expectativa de vida dos brasileiros publicadas pelo site Agência Brasil, onde são analisados dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹, é possível visualizar um aumento de 31,1 anos na esperança de vida do povo brasileiro desde 1940. Então, considerando o cenário pré-pandemia, temos uma perspectiva de vida para os homens que passa de 72,8 anos em 2018 para 73,1 em 2019 e para as mulheres que foi de 79,9 anos para 80,1 anos. Tais fatos tornam-se cruciais ao estudarmos a atuação dessa população envelhecida nos vários campos sociais, principalmente quando se diz respeito ao consumo de produtos e serviços; visto que os estereótipos dos aposentados em cadeiras de balanço e das senhoras que passam o dia tricotando estão desaparecendo e dando lugar a figuras bem distintas.

Além de que, independente da classe social, este grupo apresenta maior disponibilidade para o consumo, em vista dos contextos socioeconômicos relacionados ao seu tempo livre e sua estabilidade financeira. O conceito de velhice se tornou ultrapassado, pois cada vez mais os ritos de passagem que a anunciavam estão caindo em desuso. Portanto, o interesse acerca do tema aqui apresentado é oriundo da necessidade específica de fazer notar um público marginalizado pelos veículos de comunicação de moda: as pessoas acima de 60 anos, ou terceira idade como são popularmente nomeadas.

Trazemos neste relatório as etapas de elaboração de um produto midiático que coloca em foco a atuação desse público na construção de um veículo de moda majoritariamente longo, a Revista Koroa, apresentando uma proposta de desconstrução da percepção de moda geralmente associada a juventude e ao perfeccionismo, pois se o perfil dos consumidores se modifica, o mercado também tende a se adaptar.

¹ Disponível em: <

Dessa forma, visando uma maneira diferente de abordar temas oriundos do universo da moda como vestimentas, comportamento e estética, introduzimos na produção das matérias da revista, as características inspiradas na escrita jornalística denominada como Jornalismo Literário, atribuindo certa emoção e profundidade de informações, ao texto, ao mesmo tempo que proporciona entretenimento e sentimento de representatividade por parte dos nossos leitores.

Parte também dessa ideia de se sentir representado, a importância do Jornalismo se debruçar sobre novos públicos, visto que todos os anos, novos profissionais estão adentrando no mercado. Existe uma brecha, por parte do jornalismo, em marginalizar certos públicos com potencial de retorno tanto econômico quanto de comprometimento social. Então, como produzir uma publicação de moda para o público 60+ inspirada no Jornalismo Literário?

Se aprofundar nos problemas socioculturais que envolvem esse público é um caminho. Compreender as suas necessidades, suas fraquezas e suas forças atribui ao produto identidade. Sendo assim, nosso objetivo geral é produzir uma revista online gratuita para esse público que nos últimos anos cresceu de 68% no ano de 2018 para 97% em 2021 de acordo com uma pesquisa desenvolvida pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) junto com o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).²

Para alcançar tal objetivo geral que é a produção de uma revista digital de edição única, especificamos como objetivos também o registro de experiências de personagem anônimos, que você leitor, pode ter visto na fila de um banco ou na praça perto de casa, contrastar os estilos de cada geração no que se refere aos seus comportamentos, levantando dados sobre a atuação desse público nas mídias, realizando entrevistas, produzindo ensaios fotográficos, diagramando visualmente os conteúdos nas páginas e por fim disponibilizando a Revista Koroa no meio digital da plataforma ISSUU³ para o acesso do nosso público.

Nos próximos capítulos vamos conhecer mais sobre como funcionará o jornalismo de moda destinado ao público idoso, entender a história da revista como produto jornalístico, acompanhar as etapas de produção da mesma, desde a escolha do nome até a sua postagem no meio digital.

² Disponível em: <<https://site.cndl.org.br/numero-de-idosos-que-acessam-a-internet-cresce-de-68-para-97-aponta-pesquisa-cndlspc-brasil/>> Acesso em: 22/09/2022.

³ Disponível em: <https://issuu.com/revistakoroa/docs/revista_koroa_vers_o_conclu_da>

1. O JORNALISMO DE MODA PARA O PÚBLICO 60+

A moda é um dos mercados que mais movimentam a economia do Brasil, no entanto, grande parte dos produtos e das peças criadas é voltada ao público jovem. Para esse mercado, a população acima dos 60 anos não está no foco do mercado, o que conseqüentemente faz com que pouco seja criado especialmente para esse público. No entanto, é notável através de pesquisas que tomam como base dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que a população brasileira está envelhecendo, e esse grupo buscando e criando cada vez mais formas de serem vistos e ouvidos.

Dessa forma, o jornalismo de moda destinado a esse público etário pode ser tanto um caminho para a inclusão e reconhecimento desses personagens, quanto uma forma de reafirmar o compromisso social no qual o jornalismo é galgado. Ao colocar em foco um público pouco representado nas páginas de uma revista – escrevendo sobre suas experiências, sua cultura, suas opiniões e seu estilo – tentamos promover uma nova forma de atrair olhares às produções jornalísticas, inovando através do antigo, promovendo a interação entre públicos distintos, e talvez, a empatia entre eles.

1.1 A revista como produto jornalístico

O produto jornalístico revista – aqui apresentado como meio de proporcionar mais visibilidade à categoria de pessoas idosas – tem sua história iniciada em 1663, na Alemanha, com a *Erbauliche Monats-Unterredungen* (ou Edificantes Discussões Mensais), que não era bem como as revistas que conhecemos hoje. Ela à primeira vista poderia ser imediatamente taxada como livro, o que não aconteceu devido ao fato dela reunir vários artigos sobre um mesmo assunto, teologia, sendo voltada para um público em específico e se propondo a ser emitida periodicamente

Sendo assim, a primeira revista inspirou outras publicações parecidas ao redor do mundo. Mas foi através da *Le Mercure Galant*, na França, que em 1731 foi lançada em Londres a revista que mais se assemelha ao formato que conhecemos hoje, a *The Gentleman's Magazine*, por “reunir vários assuntos de forma leve e agradável” (SCALZO, 2008, p. 19).

Ademais, foi por meio deste meio de comunicação, no desenrolar do século XIX, que houve um considerável aumento no nível de escolaridade da população, fato que contribuiu para o crescente interesse por esse tipo de leitura tendo em vista que

abordava os assuntos de forma não tão extensa e aprofundada como acontecia nos livros, além de possuir um valor mais acessível. Em contrapartida, temos o avanço humano no que se diz respeito a impressão dessas produções o que fez com que a emissão desse material evoluísse muito, fazendo nascer o mercado da indústria de comunicação de massa através de revistas impressas, como foi o caso das revistas *Veja*, Isto é, as de negócios como a *Exame* e as de moda com a *Marie Claire*, *Elle*, *Glamour* entre muitas outras.

Em contrapartida, estudando o cenário nacional referente a história da revista no país, temos as publicações ligadas à cultura pop que começaram a surgir entres as décadas de 1969 e 1970 direcionadas ao público jovem. Dessa forma, avança o chamado Jornalismo Segmentado de Revistas, a exemplo das revistas femininas, sobre esportes, áreas de atuação profissional entre outras. E vemos nessa segmentação o início do relacionamento com o leitor, pois tais segmentações delimitam o público e atuam de forma mais assertiva com as suas necessidades. Scalzo afirma que “revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles” (2008, p. 50).

1.2 O jornalismo literário inspirando uma produção de moda

Há diferentes formas de criar relações com o leitor, a periodicidade é um ponto: existem revistas semanais, quinzenais e mensais; a linguagem, que auxilia o leitor na compreensão e em sua imersão no conteúdo; a portabilidade e praticidade em seu formato que atraem os consumidores. Assim surge o maior desafio de quem deseja, atualmente, descobrir novos mercados e trabalhar em revistas. É preciso entender as tendências que estão surgindo e quais delas podem se converter em novos títulos.

Há publicações generalistas demais: todas falando das mesmas coisas e concorrendo pela atenção das mesmas pessoas. É como se apenas alguns focos de interesse estivessem iluminados e todas as publicações se voltassem para eles enquanto todo o resto permanecesse inexplorável, mergulhado na mais absoluta escuridão (SCALZO, 2008, p. 50)

Portanto, observando o que está sendo produzido hoje no contexto do Jornalismo de Moda, é possível notar a carência de publicações nesse sentido de contemplar novos públicos buscando transmitir sensações diferentes ao leitor através da escrita, o que achamos ter muito potencial. Aqui, nomearemos essa possibilidade de *Jornalismo Literário aplicado ao Jornalismo de Moda*, um modo de escrita que

remonta sutilmente o Jornalismo literário de Pena para o contexto atual e pouco explorado pelos veículos de comunicação de moda tendo como tema: a falha representatividade do público 60+ nos veículos de comunicação de moda em um país de envelhecimento acelerado.

Não se trata apenas de fugir das amarras da redação ou de exercitar a veia literária em um livro reportagem. O conceito é muito mais amplo. Significa potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as paredes burocráticas do lead, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. (PENA, 2017, p. 6/7)

Mas não se pode falar de jornalismo literário sem citar a revista que é um marco para esse tipo de escrita até os dias atuais, a Revista Realidade. Lançada pela Editora Abril, Realidade foi uma revista que circulou entre os anos de 1966 e 1976 e chamava atenção por produzir textos mais longos e pela escrita em primeira pessoa, de modo que os jornalistas integravam e participavam dos acontecimentos relatados, conseguindo uma maior proximidade com o seu leitor. O fotojornalismo também é um ponto forte dessa revista e por muitas vezes os fotógrafos até deixavam-se notar nas fotos.

1.3 Jornalismo no meio digital

As tecnologias digitais e móveis chegaram modificando vários aspectos do cotidiano das pessoas e no jornalismo não seria diferente. A priori, quando o jornalismo entrou para a cibercultura, termo conceituado por Pierre Levy como o "*conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço*", ele ficou conhecido como Webjornalismo ou Jornalismo On-line, que nada mais é do que o jornalismo produzido para a internet, que se constituem por sete características pontuadas por João Canavilhas, como multimidialidade, memória, interatividade, instantaneidade, personalização, ubiquidade e hipertextualidade, trazendo especificidades e características próprias, impulsionando novas práticas ao jornalismo e moldando as formas como o jornalista produz seus conteúdos.

Segundo Pena (2005), há uma dificuldade de encaixar os tradicionais gêneros jornalísticos nas plataformas digitais, mas o ramo do jornalismo de moda conseguiu se integrar muito bem na internet. Prova disso é que oriundos dessa evolução da

tecnologia, no decorrer dos anos, a moda foi se tornando algo mais acessível e palpável estando literalmente na palma de nossas mãos, dentro do nosso smartphones.

Segundo Ruth Joffily (1991 *apud* SANTOS, 2014), “o valor editorial de moda está em manter o público atualizado em relação ao lançamento e tendências. Está em realizar a crítica, buscando critérios estéticos e pragmáticos”, em outras palavras, a informação e tendências são livres para todos os públicos e esse tipo de divulgação rápida ocasionou adaptações dos veículos nas plataformas multimídias.

1.4 O público 60 + na mídia de moda

O perfil dos consumidores também se modifica constantemente, prova disso, é os dados apresentados na matéria “Pessoas acima de 60 anos embarcam cada vez mais no universo digital”⁴ publicada no portal da Veja de uma pesquisa realizada pela Kantar Ibope⁵ (figura 01) mostrando que cerca de 75% dos idosos com acesso à internet fizeram alguma transação online, além disso, foi observado um aumento de 66% nas interações via mídias sociais, em comparação com os últimos cinco anos (figura 02).

Em paralelo a esse contexto, nota-se que a pandemia e o “novo normal” geraram impactos nos hábitos e costumes de todos, principalmente para os idosos, que antes tinham como forma de entretenimento, por exemplo, uma caminhada na praça, uma cervejinha no bar com os amigos ou até mesmo uma viagem à praia com a família. Nessa perspectiva, devido o isolamento imposto a esse específico grupo etário, que são os cidadãos acima de 60 anos, tem tornado possível o crescimento na procura por alternativas de atividades que entretêm e distraem, por isso o mercado também tem que se adaptar ao envelhecimento da população com novos produtos e serviços, que atendam à demanda desse novo mercado.

Segundo o IBGE, em quase dez anos – 2012 a 2021 – a parcela de pessoas com 60 anos ou mais passou de 11,3% para 14,7% da população. Porém, as empresas parecem não estar prestando atenção nesse novo público que está surgindo. Um público com um razoável poder aquisitivo, com grande disponibilidade de tempo, um consumidor exigente e cada vez mais preocupado com a saúde e bem-estar e porque não com a moda.

⁴ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/pessoas-acima-de-60-anos-embarcam-cada-vez-mais-no-universo-digital/>> Acesso em: 15/09/2022.

⁵ Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/kantar-ibope-media-apresenta-dados-sobre-tecnologia-e-aceleracao-digital-para-masters/>> Acesso em: 15/09/2022.

Figura 01 - Pesquisa idosos cada vez mais conectados



Fonte: KANTAR IBOPE, 2021.

Figura 02 - Pesquisa usuários 50+ e a tecnologia



Fonte: SBT NEWS, 2022.

As formas de consumo dessa nova geração de idosos está se transformando diariamente, onde aquele antigo estereótipo de que os idosos só saem de casa para ir à Igreja e vivem tricotando, não se encaixa mais atualmente. A nova geração de idosos está mais atualizada, buscando e exigindo novos serviços e produtos, viajando para

diversos lugares, passeando e comprando muito. Um levantamento feito pelo SPC Brasil⁶ observou que 4 em cada 10 idosos passaram a gastar mais com os produtos que apreciam. Em torno de 71% deles conseguem ter independência financeira, sendo 49% dela originária de aposentadoria sendo responsáveis por uma renda anual de R\$243 bilhões, ou seja, um poder de compra nada desprezível.

A quantidade de conteúdos em jornais, na televisão e até nas revistas direcionadas para o público idoso ainda é baixa. E quando acontece na grande maioria das vezes são representados como personagens que interpretam, avós, ou o papel de pais, de doentes ou ainda o papel de aposentados, como se esses só consumissem planos de saúde e planos de previdência. É importante frisar que outros mercados também precisam investir nesse público e percebê-lo como um consumidor em potencial.

Nesse contexto, Barnard (2003), esclarece que a moda e a indumentária são formas de comunicação não verbal uma vez que não usam palavras faladas. Sendo assim, o comportamento orientado pela moda é fenômeno do comportamento humano generalizado e está presente na sua interação com o mundo. Modelos com mais idade também servem como contadores de histórias, em vez de apenas rostos que vendem uma roupa, mas o preconceito diário com pessoas de idade é real e isso abala a autoestima das pessoas, pois temos medo de envelhecer.

Para isso a socióloga da saúde e jornalista, Anne Karpf, aponta que as pessoas têm uma antecipada preocupação olhando o ato de envelhecer com um medo irracional e tudo que se relaciona com a velhice, esse medo é conhecido como síndrome de gerontofobia. Dessa forma, “envelhecer torna-se um fardo quando existe um desconhecimento generalizado, inclusive por parte do público idoso, sobre o que seria de fato a velhice e com isso, ser a possível causa, dentre outras, para a formação de atos discriminatórios, além da formação de natureza perniciosa, de estereótipos” (2014, *apud* DEZIDÉRIO, MACHADO 2019).

Vale ressaltar que cada idade tem seus prós e contras e cada idade pode ser maravilhosa, mas só se aceitarmos o presente sem desejar o passado e querer evitar o futuro.

⁶ Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/novo-consumidor-idoso-um-filao-de-opportunidades>> Acesso em: 26/09/2022.

2. PRODUÇÃO DA REVISTA

Koroa é uma produção especializada e caminha na vertente do Jornalismo Literário. Sendo assim, não se prende ao formato da notícia jornalística tradicional, em que se apresenta o lead⁷

Não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados, não se trata nem de jornalismo, nem de literatura, mas sim de melodia. (PENA, 2017, p.21)

Essa modalidade de escrita surgiu por volta da década de 1960 na imprensa americana e inicialmente ficou conhecido como Novo Jornalismo ou literatura não-ficcional, reunindo nomes como Truman Capote, Tom Wolfe, Gay Talese e Norman Mailer. Reportagens como *Frank Sinatra está resfriado* são até hoje grandes símbolos dessa forma de escrita descritiva e detalhada.

Porque um resfriado com um despoja Sinatra de uma joia que não dá para pôr no seguro - a voz dele -, mina as bases de sua confiança, e afeta não apenas seu estado psicológico, mas parece provocar também uma espécie de contaminação psicossomática que alcança dezenas de pessoas que trabalham para ele, bebem com ele, gostam dele, pessoas cujo bem-estar e estabilidade dependem dele. Um Sinatra resfriado pode, em pequena escala, emitir vibrações que interferem na indústria do entretenimento e mais além, da mesma forma que a súbita doença de um presidente dos Estados Unidos pode abalar a economia do país. (TALESE, 1966)

Mas o Brasil também tem seus nomes de destaque. José Hamilton Ribeiro um dos mais reconhecidos por seu trabalho na revista Realidade – uma das precursoras do Jornalismo literário no Brasil – Joel Silveira, Eliane Brum e Daniela Arbex sabem contar histórias de forma atraente, que envolvem, encantam e informam com maestria todos os tipos de público.

É através dessa linguagem que o escritor/jornalista se conecta com seu leitor. A maneira de abordar um assunto, inserido no contexto do jornalismo de revista, possui a característica primária de proporcionar intimidade com o leitor através de interesses em comum. O que o leitor busca e o que o escritor oferece. Em vista disso, a revista Koroa traz uma linguagem que estimula, por meio de verbetes e expressões regionais de linguagem, a valorização da cultura regional representada através das palavras e outros elementos visuais.

O texto deve ter valor estético, valendo-se sempre de técnicas literárias. É possível abusar das interjeições, dos itálicos e da sucessão de pontuações. Uma exclamação, por exemplo, pode vir após uma interrogação para expressar uma pergunta incisiva. Por que não?! (PENA, 2017, p.54)

⁷ Apresentação das informações principais de uma matéria, de forma sucinta e direta.

Quanto ao planejamento das matérias que compõem nossa produção, houve um olhar especial para a escolha e forma de abordagem para cada um dos temas. Pois como já foi visto em nosso cronograma, houve vários intervalos de desenvolvimento do material e, em cada intervalo, possibilidades de reportagem foram surgindo.

Assim, deixamos evidente que mesmo com as pausas de produção, os conteúdos continuaram a surgir e a serem investigados. O contato com as fontes, a imersão com as realidades dos personagens, o estudo da cultura das cidades; tudo se sucedeu de forma presencial e de forma direta – não só pesquisando conceitos científicos em sites e livros, mas presenciando, interpretando e atribuindo tom à todas as falas, gestos, expressões e memórias dos personagens, tal qual exige a prática do Jornalismo literário.

A revista está dividida nas seguintes seções:

1. **Apresentação** – Quem somos, sobre o projeto, nossas propostas e abordagens.
2. **Infográfico** – História da moda - de geração a geração.
3. **Editoria de Beleza (2 matérias)** – 100 anos sem modismo: a beleza do conforto inspirando gerações; e Crescendo entre um corte e outro.
4. **Editoria de Saúde (2 matérias)** – Procedimentos estéticos na maioria; e Exercício físico e estética corporal.
5. **Editorial – Highway of life**
6. **Editoria de cultura (2 matérias)** – Ventre livre; e Música viva.
7. **Editoria de Religião (2 matérias)** – Centro de Convivência da Boa Idade: interação para uma melhor qualidade de vida e evangelização no ano da caridade; e Da palha ao couro: o acessório que faz a cabeça dos romeiros nos caminhos do Horto.
8. **Editoria de Tecnologia (2 matérias)** – Amigo da tecnologia: entre as aulas e o gravando; e Resenha sobre o papel dos idosos nas mídias digitais.
9. **Editorial – A cor das gerações**
10. **Editoria Comportamento** – Coluna, crônicas e filmes

Coluna – Como é envelhecer hoje? Por Dra. Claudia Caciquinho

Crônica – O que dizem os jovens – experiências dos jovens com seus familiares mais velhos

Filmes – indicação de entretenimento.

2.1 Pré-produção

Previamente ao início da produção de fato, foi necessário um levantamento de absolutamente tudo que a dupla tinha para o início das atividades, que resumiu-se em: acesso a internet, uma ideia e alguns personagens.

Sendo assim, a ideia matriz foi a produção de uma revista de moda para o público maior de 60 anos, com uma pegada mais jovial e atual - o que parece fugir um pouco do eixo principal de representatividade do nosso público-alvo - mas ao mesmo tempo remete a ideia “new old”⁸. Novamente a ideia ainda parecia básica, sem paixão ou identidade, então esse diamante bruto foi deixado a salvo no cofre pessoal da equipe para que esta pudesse ir em busca das ferramentas para lapidá-lo.

Para que todo o conteúdo fosse produzido a dupla literalmente pôs a mão na massa em todos os processos, desde a produção das pautas, entrevistas com as fontes, elaborar as matérias, diagramar a revista além de fotografar os ensaios, neste último tivemos auxílio e orientação do professor Rostand Melo que citaremos posteriormente.

2.2 Produção

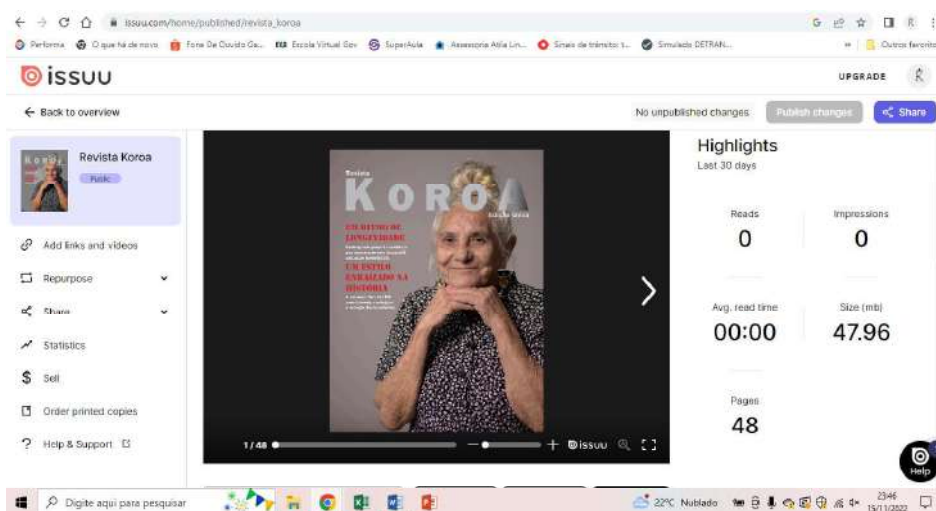
De início, foram criadas 16 pautas, das quais foram selecionadas e trabalhadas, seguindo para a produção gráfica da revista e posteriormente publicada na plataforma online Issuu (figura 03).

A plataforma online Issuu foi escolhida para publicar o trabalho finalizado, porque permite a usuários de todo o mundo ler livros e revistas pela Internet de forma gratuita. Fundada em 2006 por Michael e Ruben Bjerg Hansen, Mikkel Jensen e Martin Ferro-Thomsen, Issuu é uma ferramenta de simples acesso que permite ao usuário encontrar o conteúdo desejado de forma simplificada. Nela é possível ler livros e revistas gratuitamente no computador (com sistema operacional Windows e Mac) como também salvar e visualizar o conteúdo da ferramenta a qualquer momento em celulares com sistemas operacionais Android ou iOS.

Como citado anteriormente a plataforma é gratuita para o leitor mas quem deseja fazer publicações autorais existem três planos pagos dentro da ferramenta que permite obter estatísticas de visitantes e solicitar remoção de anúncios, como também um plano gratuito com limitações mas que é bem interessante.

⁸ Expressão inglesa que significa novo velho e remete a algo que foi moda no passado e retorna a moda no tempo presente.

Figura 03 - Revista publicada no Issuu



Fonte: autoria própria (2022).

Durante a leitura de um conteúdo, é possível compartilhar e salvar o material, mas não é possível baixá-lo, por causa de questões de direitos autorais. A busca por um conteúdo também é descomplicada: há filtros por idiomas, relevância e sensibilidade para menores de idade.

Inicialmente a ideia seria fazer algumas impressões da revista, no entanto, devido a questões financeiras, optamos por alterar o formato; aliando a identidade visual tradicional de revista em papel, ao ambiente digital. Dessa forma, como citado anteriormente, a revista fica disponibilizada de forma on-line na plataforma ISSUU, para tanto a banca avaliadora, como também outros públicos, possuírem acesso à mesma, facilitando a divulgação do material, tornando-o assim, acessível a um público que ultrapassa as fronteiras da Universidade.

A quantidade de páginas que compõem a revista são múltiplos de quatro e segue o planejamento conforme a ideia de impressão, totalizando 48 páginas. O investimento que seria gasto na impressão do produto, foi investido em equipamentos para aprimorar a produção e diagramação da revista. Acredita-se que os gastos foram maiores que os mensurados abaixo, mesmo que não tenha sido necessariamente investido pela dupla:

Item	Quant.	Valor
Computador	2	R\$ 5.524,90
Câmera fotográfica	1	R\$ 3.799,00
Cartão de memória	1	R\$ 41,90

SSD para o computador	2	R\$ 800,00
Ring Light	1	R\$ 129,00
Livros	4	R\$ 106,55
Transporte		R\$ 60,00

Tabela 01 - Orçamento de gastos realizados.

Escolhas/ Etapas	Abr/ 21	Mai/ 21	Jun/ 21	Jul/ 21	Ago/ 21	Set/ 21	Out/ 21	Nov/ 21	Dez/ 21
Escolha do Tema	x								
Levantamento Bibliográfico	x	x	x						
Elaboração de Projeto			x	x					
Entrevistas				x	x	x	x	x	x
Produção de Editorial Fotográfico									x
Criação da logo						x			
Criação do projeto Gráfico							x		

Tabela 02 - Cronogramas de Ações Realizadas

Escolhas/ Etapas	Mar/ 22	Abr/ 22	Mai/ 22	Jun/ 22	Jul/ 22	Ago/ 22	Set/ 22	Out/ 22	Nov/ 22
Levantamento bibliográfico					x	x			
Entrevistas	x	x	x		x	x	x	x	
Produção das matérias	x	x	x	x	x	x	x	x	
Edição das matérias	x	x	x	x	x	x	x	x	
Diagramação							x	x	
Produção do relatório final							x	x	
Edição do relatório final								x	
Impressão do Relatório									x
Defesa de TCC									x

Tabela 03 - Cronogramas de Ações Realizadas

Em relação a titulação da revista ela foi desenvolvida a partir da ideia principal: dar visibilidade ao público sénior. Daí, entre algumas opções surge a palavra KOROA, escrito intencionalmente com a letra k no começo, para remover o sentido pejorativo atribuído ao público 60+ e devolvê-lo como forma de empoderamento, exaltando a personalidade e poder sob uma nova perspectiva.

Assim que o projeto da revista estava pronto, optamos por usar o recesso das aulas no mês de dezembro para produzir os editoriais fotográficos. O primeiro passo foi procurar um local para ser desenvolvido as fotos e logo pensamos em uma parceria com algum brechó de Campina Grande. Depois de conhecer alguns, a Loft Brechó, situado na Rua João Leôncio, 131, no centro da cidade, foi o cenário do editorial “A cor das gerações”. Lá foi possível escolher alguns dos looks usados pelos modelos e claro, usar o ambiente como cenário. Em relação aos materiais usados para realizar as fotografias contamos com a ajuda do professor Rostand Melo, que gentilmente nos forneceu, câmera, lentes, rebatedor e flash (figura 04), além de todo suporte para a produção das fotos.

Figura 04 - Equipamentos usados



Fonte: autoria própria (2021).

Desde quando essa pauta foi pensada, já tínhamos os modelos desse editorial em mente, eles são familiares da dupla e duas delas vieram da cidade de Pedra Lavrada. No dia combinado, nos encontramos todos na loja do Loft Brechó e demos início as fotos.

Os modelos apesar de um primeiro contato com a modelagem ficaram super à vontade no decorrer do editorial e as poses foram surgindo naturalmente.

O professor Rostand Melo, foi muito atencioso e paciente, sempre ajudando com os equipamentos, dando sugestões de poses e ideias para as fotos (figura 05). Ele foi uma das pessoas essenciais para que esse editorial fosse desenvolvido, sem hesitar em momento algum em nos dar suporte.

Figura 05 - Produção do primeiro editorial



Fonte: autoria própria (2021).

Para o segundo editorial, como o tema abordado é os motociclistas pensamos em fotografar em um local que remetesse a uma oficina e em algumas imagens optamos por fazê-las ao ar livre também. As motos usadas são dos modelos e literalmente são verdadeiras máquinas que deram um toque especial para esse editorial. Outro detalhe que fizemos foi pegar uma serra e uma barra de ferro para criar faíscas e em algumas fotos ter uns “efeitos especiais” (figura 06).

Para as demais produções das matérias, nosso principal aliado foi o aplicativo de mensagens, Whatsapp, por ele tivemos o contato inicial com as fontes, em alguns casos fizemos entrevistas quando não era possível um encontro pessoalmente como também o contato da dupla passou a ser por meio desta mídia e pelo Google Meet, visto que as duas moram em estados diferentes. As orientações também aconteceram de forma remota, devido a questão de indisponibilidade de horários para um encontro pessoalmente, mas nada que prejudicasse o andamento das produções.

Figura 06 - Produção do segundo editorial



Fonte: autoria própria (2021)

Feitas as entrevistas e as fotos partimos para a diagramação da revista. Como já tínhamos feito a boneca primeiro desenhada a mão e depois no aplicativo de edição, parte do processo foi adiantado, pois já sabíamos como íamos dispor cada elemento nas páginas. O aplicativo usado foi o InDesign (figura 07 e 08), devido a dupla já ter uma certa proximidade com o *software*⁹, com experiências passadas de algumas disciplinas no decorrer da graduação.

Figura 07 - Diagramação da capa



Fonte: autoria própria (2022).

⁹ É um serviço computacional utilizado para realizar ações nos sistemas de computadores.

Figura 08 - Diagramação da revista no InDesign



Fonte: autoria própria (2022).

Quanto à tipografia e elementos gráficos usados na revista, nos nomes dos editoriais, optamos por uma fonte simples permitindo uma boa legibilidade, todas postas em maiúsculas, as letras em tons de vermelho claro e a letra k que remete ao nome da revista em branco com fundo vermelho claro (figura 09).

Figura 09 - Nomes dos editoriais



Fonte: autoria própria (2022).

Em relação aos títulos das matérias, foram escolhidas fontes diversas na intenção de cada matéria ter as letras, de certo modo, combinando com cada tema abordado, são elas: Broadway, Bradley Hand ITC, Poplar Std, Gill Sans Ultra Bold, Bernard MT, Condensed, Impact, Jokerman, Rockwell Extra Bold, Showcard Gothic, Ravie, Bauhaus 93 e Monotype nas citações diretas.

Como nossa escrita foi inspirada no Jornalismo Literário, os textos das matérias foram mais extensos, por isso para o corpo do texto, optamos por usar a fonte *Verdana*,

do tipo sem serifa, justificado, tamanho 10, espaçamento entre linhas 12, em todas as matérias (figura 10).

Figura 10 - Corpo dos textos

O termo salão de beleza na maioria das vezes é associado como um local voltado apenas ao público feminino e se antes as opções se resumiam a corte, pintura e escova nos cabelos, hoje uma gama de serviços são ofertados por esses espaços e para ambos os sexos.

Para se destacar no meio é preciso inovar, ter um diferencial que atraia novos clientes, pensando nisso Cícera das Dores Ferreira Ramos quando tinha apenas 23 anos investia o que ganhava como manicure em cursos de profissionalização na área de cabeleireira. "Todos os cursos e eventos da área eu participava, sempre me especializando, estudando muito, pois visava a melhoria contínua", revela Cícera.

Uma paulista de Guararapes-SP, que veio para as terras nordestinas e assumiu sozinha a responsabilidade de ser mãe e pai dos seus três filhos, sempre batalhando sendo forte, autêntica e determinada conseguiu criar os filhos com a renda de sua profissão de cabeleireira. As lutas não foram poucas, uma das maiores delas foi a perda de um dos filhos que trabalhava com ela. Voltar ao salão era abrir um machucado que era difícil de estancar, em todo lugar havia um pouco da pessoa ali.

Porém, a vida precisava continuar, e ela tinha os outros filhos que precisavam dela. Ela precisava ser forte, todos os dias, por eles. A filha também tornou-se cabeleireira e sócia na empresa, e o outro filho, também cabeleireiro, montou o Studio Ramos. Quando questionada sobre o que a diferencia no mercado, sem hesitar Dona Cícera diz que "a vontade e o amor pela profissão é o principal combustível, o querer fazer bem feito, o que precisa ser feito é uma meta para sempre evoluir".

Se você também pensa em empreender, Dona Cícera cabeleireira deixa um conselho: Se você tem um sonho, corra atrás, se especialize para não apenas mais um no mercado. O segredo é ter perseverança e força de vontade. Persista!

Fonte: autoria própria (2022).

Quanto às cores, elas são importantes para chamar a atenção do público ao conteúdo, por este motivo desde o início pensamos em usar em sua maioria tons da paleta do vermelho e preto (figura 11), mas para não ficar tão monocromático em algumas páginas, usamos tons de laranja e azul. Na coloração da página da entrevista, nos inspiramos nas páginas amarelas da Revista Veja, e também usamos um tom de amarelo para diferenciar o conteúdo abordado.

Na capa, optamos por uma foto com fundo "neutro" e a modelo destacada, faz parte de um dos editoriais fotográficos da revista, o nome koroa em maior evidência escrito na fonte, Franklin Gothic Heavy, para atrair o primeiro olhar do leitor, revista escrito em branco num tamanho que ocupa a parte superior da letra k, e edição única também em branco ocupando a parte inferior da letra a. Colocamos duas chamadas na capa, escritas em vermelho, caixa alta, fonte Stencil e logo abaixo de cada uma, um breve resumo do tema tratado (figura 12).

Figura 11 - Seleção de cores usadas na revista



Fonte: autoria própria (2021).

Figura 12 - Capa



Fonte: autoria própria (2022).

2.3 Pós-produção

Para divulgar o material finalizado, como citado anteriormente, optamos por disponibilizá-lo na plataforma online Issuu, facilitando a divulgação, tornando-o assim, acessível a um público maior além das fronteiras da Universidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde quando pensamos no nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) pensamos em produzir algo que literalmente nos desafiasse, só não imaginávamos o quão desafiador seria. Quando decidido que o produto seria uma revista surgiram vários temas, mas nenhum que realmente conquistasse. Depois de pensar nas possibilidades, vimos que abordar sobre o público sénior nos permitia um leque de temas muito vasto e pouco explorado pelas mídias.

A partir daí tivemos que superar muitos percalços que surgiram no caminho no decorrer dessa jornada. Perdemos pessoas queridas, inclusive que participaram como nossos modelos, pessoas que amamos e que fazem muita falta, mas que deixaram marcas e fazem parte desse trabalho mesmo que indiretamente.

Foram noites mal dormidas, esforços sem medidas, renúncias, isolamentos. Tudo em prol deste projeto para que ele se desenvolvesse como estava em nossos planos. Claro, nem tudo saiu como pensado, mas após dois anos agora vemos o que antes era apenas um sonho distante. E como essa obra é bonita, ao menos para nós, ainda com todas as suas limitações, ela é o mais perfeito que pudemos entregar.

Por tratar-se de uma revista que estuda o estilo de vida da terceira idade, o aprendizado mediante o contato com os personagens foi enriquecedor e essa também é uma das recompensas ao esforço empenhado nesta produção. O jornalismo em si, nos permite conhecer e contar histórias e sem sombra de dúvidas como foi benéfico para a nossa formação profissional e pessoal conviver com cada personagem narrado. Todo carinho ofertado, cada abraço, cada sorriso foi combustível para não desistirmos.

Vale salientar que a realização de uma revista empreende o uso de diversos conhecimentos adquiridos ao longo de uma graduação em jornalismo. No caso específico dessa produção, pesquisa, técnicas de entrevista, apuração e tantas outras técnicas do fazer jornalístico que foram importantes para a realização de um produto midiático como esse.

Por fim, nosso anseio é que a Revista Koroa seja conhecida não apenas como um trabalho, mas como uma obra de reconhecimento de tamanha sabedoria que os idosos possuem, eles tem tanto a ensinar, só precisam ser ouvidos.

REFERÊNCIAS

BARCELOS, R. P. L et al. **A moda para a Consumidora da Terceira idade: Moda e identidade.** Porto Alegre: International Journal of Business & Marketing (IJBMKT), 2016. Disponível em: <<https://www.ijbmkt.org/ijbmkt/article/view/10/a%20consumidora%20da%20terceira%20idade%3A%20moda%20e%20identidade>> Acesso em: 16 de setembro de 2022.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação.** Trad: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

Bof - The Business of Fashion. **Conheça a próxima geração da moda: mais de 60 anos.** Disponível em: <<https://www.businessoffashion.com/articles/luxury/meet-fashions-next-generation-senior-citizens/>> Acesso em: 16 de agosto de 2022.

KARPF, Anne. **Como envelhecer.** Trad: Michele Gerhardt MacCulloch. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

Observatório da Imprensa. **Uma lupa sobre o jornalismo de revista.** Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/uma-lupa-sobre-o-jornalismo-de-revista/>> Acesso em: 16 de setembro de 2022.

O Berro. **O idoso consumidor.** Disponível em: <<http://www.unicap.br/oberro/viveremsociedade/v2/index.php/o-idoso-consumidor/#:~:text=Jovens%2C%20adultos%20e%20idosos%20n%C3%A3o,idosos%20est%C3%A1%20se%20transformando%20diariamente>> Acesso em: 17 de setembro de 2022.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Contexto, 2006.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2008.

UOL. **Nova Geração de Idosos começa a tomar forma.** Disponível em: <<https://www.uol/estilo/conteudo-de-marca/natura-a-nova-terceira-idade.htm#nova-geracao-de-idosas-comeca-a-tomar-forma>> Acesso em: 15 de setembro de 2022.

VEJA. **Pessoas acima de 60 anos embarcam cada vez mais no universo digital.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/pessoas-acima-de-60-anos-embarcam-cada-vez-mais-no-universo-digital/>> Acesso em: 15 de setembro de 2022.

APÊNDICES

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Anastácia Maria da Conceição, nacionalidade brasileira, estado civil viúva, portador da Cédula de identidade RG nº. 1.731.770, inscrito no CPF/MF sob nº 936.046.374-49, residente à Avenida/Rua Edson Walber de Vasconcelos, nº. 532, município de Pedra Lavada - PB. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 20 de dezembro de 2021.

Anastácia Maria da Conceição
(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 98871-0419

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Grandin Maria dos Santos, nacionalidade Brasileira, estado civil Solteira, portador da Cédula de identidade RG nº. 1.501.758, inscrito no CPF/MF sob nº 032.868.924-67, residente à Avenida/Rua Professor Francisco Ferreira, nº. 72, município de Pedra Lavrada, P.B. - . **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Helóise Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 20 de dezembro de 2021.

Grandin Maria dos Santos

(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 98871-2109

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Geraldo Silva de Oliveira, nacionalidade brasileira, estado civil solteiro, portador da Cédula de identidade RG nº. 3 338.001, inscrito no CPF/MF sob nº 537.494.137-20, residente à Avenida/Rua São Geraldo, Br 230, nº. 3008, município de Campina Grande - PB. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 20 de dezembro de 2021.

Geraldo Silva de Oliveira
(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 99931-6014

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Geulrey James da Silva, nacionalidade brasileira, estado civil _____, portador da Cédula de identidade RG nº. 046.288.94-51, inscrito no CPF/MF sob nº 046828894-51, residente à Avenida/Rua Du Du Francisco de Oliveira, nº. 323, município de Campina Grande - PB. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 15 de Setembro de 2022.

Diego Geulrey James da Silva, C.S.A.
(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 981 53 - 7804

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Luciene do Nascimento, nacionalidade brasileira, estado civil divorçada, portador da Cédula de identidade RG nº. 3375624, inscrito no CPF/MF sob nº 076 663 434-50, residente à Avenida/Rua Sítio açudeiro, nº. 51m, município de Puxinanã - PB. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Puxinanã, dia 25 de outubro de 2022.

Luciene do Nascimento
(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 988 03 - 1140

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Márcia Margarida da Silva, nacionalidade Brasileira, estado civil solteira, portador da Cédula de identidade RG nº. 23769 SSP-PB inscrito no CPF/MF sob nº 040458954 - 50, residente à Avenida/Rua Rua Sebastião Vieira da Silva, nº. 1257, município de Campina Grande - PB. AUTORIZO o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 26 de Outubro de 2022.

Márcia Margarida da Silva
(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 98142 - 5450

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Qilma Eunto maior Yunes, nacionalidade Brasileira, estado civil viúva, portador da Cédula de identidade RG nº. _____, inscrito no CPF/MF sob nº 601.343.214-72, residente à Avenida/Rua 13 de maio - Centro, nº. 217, município de Campesina Grande - PB. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campesina Grande dia 26 de Outubro de 2022.

Qilma Eunto maior Yunes
(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Antônio dos Santos, nacionalidade brasileira, estado civil viuvo, portador da Cédula de identidade RG nº. _____, inscrito no CPF/MF sob nº 572.983.924-91, residente à Avenida/Rua Eufásio Câmara, nº. 445, município de Esperança - PB. AUTORIZO o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da **minha vontade** declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, dia 23 de dezembro de 2021.

Antônio dos Santos

(Assinatura)

Telefone para contato: (83) 98836 4463 / (83) 993 03-5785

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Antonio Fontes Palácio, nacionalidade Brasileira, estado civil _____, portador da Cédula de identidade RG nº. 59348083, inscrito no CPF/MF sob nº 222.440.693.20, residente à Avenida/Rua Antônio Honorato Valter Teles, nº. 321, município de Juazeiros do Norte - CE. AUTORIZO o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiros do Norte, dia 31 de Outubro de 2022.

Antonio Fontes Palácio

(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Maíra Rosa, nacionalidade _____, estado civil viúva, portador da Cédula de identidade RG nº. 2023347405-8, inscrito no CPF/MF sob nº 312.311.443-00, residente à Avenida/Rua Santo Amâncio, nº. 380, município de Juazeiro do Norte - CE. AUTORIZO o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiro do Norte, dia 02 de novembro de 2022.

Maíra Rosa

(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu Maria Socorro dos Santos Silva, nacionalidade brasileira, estado civil divorçada, portador da Cédula de identidade RG nº. 20084436829, inscrito no CPF/MF sob nº 438.583.173.49, residente à Avenida/Rua Peão XIII, nº. 188, município de Juazeiros do Norte - CE. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiros do Norte, dia 05 de novembro de 2022.

Maria Socorro dos Santos Silva.

(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Regina Maria dos Santos, nacionalidade brasileira, estado civil viúva, portador da Cédula de identidade RG nº. 81564, inscrito no CPF/MF sob nº 559.488.733-04, residente à Avenida/Rua Beão XIII, nº. 188, município de Juazeiro do Norte - CE. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROÁ**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio e Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiro do Norte, dia 5 de novembro de 2022.

Regina Maria dos Santos
(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Alena das Dons Ferreira, nacionalidade brasileira, estado civil casada, portador da Cédula de identidade RG nº 09029330, inscrito no CPF/MF sob nº 50353292320, residente à Avenida/Rua Rua do Cruzeiro, nº 850, município de Juazeiro do Norte - _____. **AUTORIZO** o uso da minha imagem, por tempo indefinido, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiro do Norte, dia 05 de Novembro de 2022.

Alena das Dons Ferreira
(Assinatura)

Telefone para contato:

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, Edson Tavares Costa, brasileiro, casado, portador da cédula de Identidade nº 1.669.299, inscrito no CPF/MF sob nº 301.443.024-20, residente na Rua Vigário Virgínio, 306, Santo Antonio, em Campina Grande-PB, **AUTORIZO** o uso da minha imagem, **por tempo indefinido**, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada na **REVISTA KOROÁ**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pelas alunas, **Ana Claudia dos Santos Inacio** e **Sandy Heloíse Rodrigues de Farias** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito, sem que nada haja a ser reclamado, a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro; e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Campina Grande, 14 de novembro de 2022



Edson Tavares Costa

Telefone para contato: (83) 99612.2130