



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

GABRIELLA COUTO ZAHRAN

**A ESTÉTICA DA NOTÍCIA:
um olhar sobre escolhas de comunicação
visual na *Revista Capricho***

Campo Grande (MS)

NOVEMBRO /2025



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



**A ESTÉTICA NA NOTÍCIA:
um olhar sobre escolhas de comunicação
visual na *Revista Capricho***

GABRIELLA COUTO ZAHRAN

Monografia apresentada como requisito parcial
para aprovação na Componente Curricular Não
Disciplinar (CCND) Trabalho de Conclusão de
Curso (TCC) do Curso de Bacharelado em
Jornalismo da Universidade Federal de Mato
Grosso do Sul (UFMS)

Orientador(a): Professora Rafaella Peres



ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Título do Trabalho: "A ESTÉTICA DA NOTÍCIA - um olhar sobre escolhas de comunicação visual na Revista Capricho"

Acadêmica: Gabriella Couto Zahran

Orientadora: Rafaella Lopes Pereira Peres

Data: 27/11/2025

Banca examinadora:

1. Laura Seligman
2. Silvio da Costa Pereira

Avaliação: (X) Aprovado () Reprovado

Parecer: A banca reforça a qualidade da Monografia, a capacidade da graduanda em colocar os levantamentos teóricos para conversar com a análise visual-qualitativa. Sugere que o trabalho seja publicado em eventos e publicações da área, assim que atendidas as considerações, apontamentos e ajustes indicados na defesa.

Campo Grande, 27 de novembro de 2025.

**NOTA
MÁXIMA
NO MEC**

**UFMS
É 10!!!**



Documento assinado eletronicamente por **Rafaella Lopes Pereira Peres, Professora do Magistério Superior**, em 28/11/2025, às 14:39, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

**NOTA
MÁXIMA
NO MEC**

**UFMS
É 10!!!**



Documento assinado eletronicamente por **Laura Seligman, Coordenador(a) de Curso de Graduação**, em 29/11/2025, às 10:50, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **6058635** e o código CRC **95BCF708**.

COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO (BACHARELADO)

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone:

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.015712/2025-27

SEI nº 6058635



AGRADECIMENTOS

Nem sempre é fácil começar um texto. Principalmente aqueles que tem o objetivo de tirar algumas coisas do coração e passar para o papel. Hoje, 29 de outubro de 2024, começo a escrita da minha monografia e quero começar pela melhor parte: agradecer. Começo por aqui, porque também é onde você, caro leitor, também vai começar a ler este projeto, mas, bem lá no fundo, a verdadeira razão que começo a escrever esse projeto por aqui é porque enquanto digito me imagino finalizando este sonho e essa imagem me dá forças para continuar o que comecei.

Então, sem mais delongas, vamos aos agradecimentos. Eu não poderia não o mencionar. Nem mesmo poderia mencioná-lo em outra ordem de colocação. Ele é o primeiro. O mais importante. A razão de eu estar aqui. Agradeço a Deus, o meu Senhor, o idealizador da minha existência, o sonhador e escritor dos meus dias. O que me guiou até aqui. A Ele, sempre, a minha gratidão.

Agradeço à minha família e amigos, por todo amor, cuidado, carinho e compreensão. Minha gratidão àqueles que se sentarão na primeira fileira para me aplaudir quando tudo aqui acabar. Eles que acolheram minhas lágrimas durante todos esses anos e participaram das minhas alegrias, me apoiando nessa longa jornada de entrar e de sair da faculdade. Vocês foram meu porto seguro durante esses períodos e seguirão sendo para sempre! Meu sonho fica mais lindo quando imagino o sorriso de vocês junto comigo. Em especial minha mãe: meu porto seguro e a quem dedico essa conquista (foi também por você).

Agradeço às minhas professoras e professores. Em especial, Rafaella Peres, Laura Seligman e Silvio da Costa Pereira. Deixo aqui o obrigada que talvez não consiga expressar em público, ou face a face. Mas vocês me mostraram um futuro que combina muito mais comigo na graduação que eu escolhi. Isso fez total diferença e é por isso que hoje estou aqui. Obrigado por toda paciência nesses anos, mas além disso, obrigada por todos os conselhos, conversas e aulas inspiradoras!

Por fim, agradeço a todas e todos que me acompanharam nesta caminhada de formação profissional e pessoal e a todas e todos que se dispuseram a ler esta monografia, este trabalho de compilação de conhecimentos construídos e de finalização de uma etapa. Que seja leve, interessante e nostálgica para você, assim como foi para mim escrevê-la.



Lista de tabelas, figuras, gráficos, ilustrações

- Figura 1:** A primeira imagem é de hieróglifos egípcios; seguida do recorte de um painel de Representações rupestres situado em S. Francisco das Palmeiras - Morro do Chapéu - Ba e de um Cilindro cuneiforme: inscrição de Nabucodonosor II descrevendo a construção da muralha externa da cidade da Babilônia. /Crédito: Hosni bin Park, Chico Ferreira, autor desconhecido, Wikimedia Commons, acesso em 2025.....13
- Figura 2:** capa do jornal *Relation aller Fünnemmen und gedenckwürdigen Historien* /Crédito: domínio público, University library of Heidelberg, Alemanha15
- Figura 3:** capa da revista *Edificantes Discussões Mensais* de Johann Rist /Crédito: Veludo Molhado Fotografia, acesso em 2025.....18
- Figura 4:** Capa da *Revista Feminina*, de julho de 1920, capa da *Revista Feminina*, de novembro de 1925; página interna, seção “As nossas embaixatrizes”, *Revista Feminina*, novembro de 1925 /Crédito: autor desconhecido, Arquivo Público do Estado de São Paulo e Revista Acervo, acesso em 2025.....23
- Figura 5:** capa da *Revista Capricho*, edição 131; recorte de uma fotonovela da Revista Capricho; capa da *Revista Capricho*, edição 152 /Crédito: Site do Sebo RS Raridades, Blog Just Lia, por Lia Camargo; Site do Sebo RS Raridades, acesso em 2025.....25
- Figura 6:** Capa da *Revista Capricho*, publicada em 1988, Capa da *Revista Capricho*, publicada em 2000, Capa da *Revista Capricho*, publicada em 2008 / Crédito: página do facebook da Capricho, wikipedia, pinterest, acesso em 2025.....26
- Figura 7:** matéria da *Revista Capricho* sobre o uso de camisinha publicada em 2014, matéria da *Revista Capricho*, publicada em 2014/ Crédito: a autora, registro em 2025.....28
- Figura 8:** pintura de Gustav Klimt chamada The Kiss, (O beijo), Cartel litográfico de Henri de Toulouse chamado *La Goulue*, cartaz de Alphonse Mucha chamado Zodiac. / Crédito: domínio público, wikimedia commons, acesso em 2025.....34
- Figura 9:** Catálogos da emprega AEG, design de Peter Behrens (1908-1912). /Crédito: ResearchGate - Olga Ampuero-Canellas acesso em 2025.....34
- Figura 10:** Cartaz de anúncio que diz o seguinte: "os comprovados bancos Rowac estão em uso em todos os cômodos da Bauhaus!"; Cartaz da Bauhaus com a fonte Bauhaus 93 / Crédito: domínio público, wikimedia commons, acesso em 2025.....35
- Figura 11:** pangrama inglês na fonte Helvetica / Crédito: domínio público, wikimedia commons, acesso em 2025.....36
- Figura 12:** Jornal O Globo de 1942 noticia naufrágio de navio por um torpedo durante a Segunda Guerra Mundial. A fonte em caixa alta e o lugar que ela ocupa na página demonstram urgência; Jornal do Brasil anunciando intervenção militar no Goiás / Crédito: domínio público, Jornal O Globo, domínio público, Jornal do Brasil - wikimedia commons, acesso em 2025.....39
- Figura 13:** Sumário da *Revista Capricho* de 2024 e Sumário da *Revista Capricho* de 1993 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....40
- Figura 14:** Capa da Revista Capricho de 2011 e home do site da *Revista Capricho* / Crédito: Site Disney Media Center e registro da autora em 2025.....43
- Figura 15:** Matéria da Revista Capricho de 2024 exemplificando os ítems de página em uma revista / Crédito: produzido pela autora em 2025.....45
- Figura 16:** Exemplo de diferentes usos tipográficos em edições diferentes da *Revista Capricho* / Crédito: registro da autora em 2025.....46



Figura 17: Exemplo de diferentes usos de cores em edições diferentes da <i>Revista Capricho</i> / Crédito: registro da autora em 2025.....	47
Figura 18: Exemplo de diferentes usos de tipos de imagens em edições diferentes da <i>Revista Capricho</i> / Crédito: registro da autora em 2025.....	48
Figura 19: as quatro capas, das diferentes décadas, que serão apresentadas, para visualização dos diferentes momentos temporais e a relação com a visualidade apresentada /Crédito: registro da autora em 2025.....	50
Figura 20: páginas da Revista Capricho de 2024 demonstrando a influência das redes sociais. /Crédito: registro da autora em 2025.....	52
Figura 21: Pôster da fonte Helvetica; Pôster da fonte Futura; Pôster da fonte Avant Garde / Crédito: autor desconhecido, imagens retiradas do Pinterest, acesso em 2025.....	55
Figura 22: anatomia das fontes. / Crédito: produzido pela autora em 2025.....	56
Figura 23: classificação de fontes. / Crédito: produzido pela autora em 2025.....	57
Figura 24: família da fonte Futura, demonstração da variação de peso / Crédito: produzido pela autora em 2025.....	58
Figura 25: exemplo de fontes arredondadas usadas na Capricho. / Crédito: registro da autora em 2025.....	59
Figura 26: círculo cromático de Johannes Itten / Crédito: domínio público, Farbkreis Itten, wikimedia commons, acesso em 2025.....	61
Figura 27: matérias da Revista Capricho voltadas também para o público masculino / Crédito: registro da autora.....	62
Figura 28: Diferenças entre a mistura de cores RGB e CMYK. / Crédito: autor desconhecido, Pinterest.....	63
Figura 29: ilustrações da Guerra Civil americana para o jornal Harper's Weekly / Crédito: Harper's Weekly, domínio público, wikimedia commons, acesso em 2025.....	64
Figura 30: Imagem de uma página dupla com ilustração / Crédito: registro da autora em 2025.....	67
Figura 31: Bianca Andrade no photoshoot de capa para a Revista Capricho em 2024 / Crédito: Jonathan Wolpert para a <i>Revista Capricho</i> , acesso em 2025.....	71
Figura 32: capa da <i>Revista Capricho</i> de 1993 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	77
Figura 33: editorial da <i>Revista Capricho</i> de 1993 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	80
Figura 34: sumário da <i>Revista Capricho</i> de 1993 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	83
Figura 35: matéria de capa da <i>Revista Capricho</i> de 1993 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	85
Figura 36: capa da <i>Revista Capricho</i> de 2004 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	88
Figura 37: editorial da <i>Revista Capricho</i> de 2004 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	90
Figura 38: sumário da <i>Revista Capricho</i> de 2004 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	91



Figura 39: matéria de capa da <i>Revista Capricho</i> de 2004 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	93
Figura 40: capa da <i>Revista Capricho</i> de 2014 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	96
Figura 41: processo de elaboração do novo logotipo da <i>Capricho</i> / Crédito: Alceu Chiesorin Nunes, Behance.....	97
Figura 42: editorial da <i>Revista Capricho</i> de 2014 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	98
Figura 43: sumário da <i>Revista Capricho</i> de 2014 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	99
Figura 44: matéria de capa da <i>Revista Capricho</i> de 2024 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	101
Figura 45: capa da <i>Revista Capricho</i> de 2024 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	103
Figura 46: editorial da <i>Revista Capricho</i> de 2024 / Crédito: Revista Capricho, registro da autora em 2025.....	105
Figura 47: sumário da <i>Revista Capricho</i> de 2024 / Crédito: Revista Capricho, registro feito pela autora em 2025.....	107
Figura 48: matéria de capa da <i>Revista Capricho</i> de 2024 / Crédito: Revista Capricho, registro feito pela autora em 2025.....	108



RESUMO

Este trabalho é uma monografia de conclusão de curso, que busca descrever a evolução estética da *Revista Capricho*, com o intuito de mostrar como ela se adaptou às novas demandas visuais e às mudanças no comportamento do público-alvo no decorrer das diferentes gerações abarcadas. O estudo analisou quatro edições impressas da *Revista Capricho*, publicadas durante os anos de 1993, 2004, 2014 e 2024, para identificar as escolhas visuais e de Design Editorial, realizadas para estruturar o texto jornalístico e interessar/atrair a leitora e o leitor adolescentes. Observa e identifica as escolhas tipográficas, cromáticas, de estilo de imagens (ilustrações e fotografias) ao longo do tempo e, o possível impacto que essa visualidade pode ter no público-alvo e no sucesso da revista nesses anos. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, que envolve a observação, identificação, categorização e análise comparativa das edições selecionadas, levando em conta os contextos históricos e sociais de cada edição. A partir desta observação e identificação foi realizada uma análise qualitativa que permitiu entender, em partes, como o Design Editorial e a organização visual da revista contribuíram para a construção da identidade da publicação e da relação com o público, neste caso em especial, o público jovem de distintas gerações.

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalismo Visual; Design Editorial; Design de revista



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. JORNALISMO	13
1.1 Histórico do Jornalismo Impresso	13
1.2 O Jornalismo de Revista.....	17
1.3 Revistas femininas.....	21
1.4 A Revista Capricho.....	24
2. DESIGN EDITORIAL	32
2.1 Histórico do Design Editorial.....	32
2.2 Design no Jornalismo.....	38
2.3 Design para o impresso x design para o digital.....	40
2.4 Design para revistas.....	44
3. ELEMENTOS DE ANÁLISE VISUAL	49
3.1 Análise visual.....	49
3.2 Elementos compostivos.....	55
3.2.1 <i>Tipografias</i>	55
3.2.2 <i>Cores</i>	60
3.2.3 <i>Ilustração</i>	64
3.2.4 <i>Fotografia</i>	67
4. METODOLOGIA	72
5. ANÁLISE DAS EDIÇÕES DA REVISTAS	76
5.1 Revista Capricho (1993).....	76
5.2 Revista Capricho (2004).....	86
5.3 Revista Capricho (2014).....	95
5.4 Revista Capricho (2024).....	102
5.4 Comparando edições.....	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117



¹INTRODUÇÃO

“Não se deve julgar um livro pela capa”. Este é um ditado popular que pode até ser um bom conselho, porém, apenas se entendermos essa expressão como uma metáfora, e não no sentido literal. Quando falamos sobre tomada de decisão, ler ou não determinado material/assistir ou não determinado conteúdo, precisamos saber que sim, a capa importa, o primeiro acesso e a primeira impressão são geralmente o que nos incentiva a interessar ou mesmo se manter no material acessado. Daryl Moen (2000), especialista em design de jornais, observa que a maior parte das/dos leitoras/es é atraída, primeiro, pelos elementos visuais de uma página – na maioria das vezes a capa –, antes mesmo de se interessar por ler o texto completo.

Essa percepção sobre o impacto da organização visual de artefatos jornalísticos ou literários, é também explicada por Cath Caldwell e Yolanda Zappaterra (2014), que nomeiam a área de interseção do Design Gráfico com o Jornalismo, de Design Editorial. Segundo essas autoras, esse ramo pode ser explicado também como uma espécie de jornalismo visual. É um campo que se diferencia das demais disciplinas do Design Gráfico, por dar vida às narrativas e histórias por meio de decisões de diagramação, escolha de tipografia, cores e imagens. Logo, podemos concluir que o design não é um figurante na criação de materiais jornalísticos, e sim um campo de estudo e construção de conhecimento, essencial para transmitir e interpretar a informação jornalística. A conjugação de imagens, textos e outros elementos complementares no jornalismo impresso é capaz de impulsionar a narrativa, tornando a mensagem mais memorável e até mesmo mais compreensível.

Para que o/a leitor/a construa significado e engaje com o conteúdo jornalístico, o design trabalha para criar as correlações mais adequadas entre o

¹ Este trabalho faz parte de um esforço de pesquisa que tem como interesse principal relacionar as áreas do jornalismo e do design da informação, a partir de investigações realizadas no projeto de pesquisa “Pensar visual: interseções possíveis entre o jornalismo e o design da informação”.



conteúdo verbal e o conteúdo visual. E é justamente no que conhecemos como Jornalismo de Revista impressa que, talvez, o design tenha ganhado mais espaço para experimentar diferentes correlações desta conexão. Marília Scalzo (2011), explica que nas revistas há um espaço privilegiado para experimentar soluções visuais e estilos gráficos. Isso se dá porque em veículos como os jornais, o design é limitado pela urgência da notícia, predominando clareza e rapidez. Em livros, a preocupação acaba focada na legibilidade e na permanência. Porém, na revista, o tempo, a segmentação de público e a qualidade do papel, são fatores que abrem infinitas possibilidades para o trabalho do design gráfico-editorial. Assim, as revistas são um espaço importante de atuação do design editorial, pois no fazer periódico variado, é possível equilibrar informação e impacto visual. Elas precisam simultaneamente informar, entreter e refletir a identidade de seus interesses comunicativos e de seu público-alvo (Caldwell; Zapatera, 2014). Ao estabelecer uma identidade visual e uma estrutura base, a partir do projeto gráfico, a/o designer orienta a maneira como a revista dialoga com o público e como esse público acessa o material. Por isso, elementos como tipografia, cores, fotografia, ilustração, entre outros, consolidam sentido e identidade às revistas, fortalecendo vínculos com as/os leitoras/es.

Se para o Design Editorial, as revistas são esse espaço privilegiado de identidade e conexão, para o jornalismo elas também ocupam uma posição particular. O jornalismo de revista possui linguagem, periodicidade e público específicos (Scalzo, 2011). Estes aspectos são fundamentais para compreender por que algumas publicações se constituíram e se mantêm ao longo de décadas, com leitoras/es assíduas/os e atreladas a um sentimento de pertencimento a partir de suas páginas.

A *Revista Capricho* é uma dessas revistas que engajou, no Brasil, milhares de adolescentes por décadas e desempenhou um papel importante na formação de leitoras e leitores, abordando temas como moda, comportamento, relacionamentos e sexualidade. Criada em 1952, a revista era veiculada em formato de fotonovelas



voltada para o público feminino. Em 1982, a publicação passou por uma reformulação editorial e gráfica e assumiu um novo posicionamento, focado em jovens mulheres de 12 a 19 anos. Além de uma nova identidade visual, a revista incorporou pautas inovadoras para a época, combinando jornalismo e entretenimento (Scalzo, 2011). De acordo com Carolina Machado, Felipe Godoy e Maria de Fátima Belancieri (2012), a *Capricho* desenvolveu uma linguagem que acolhia e, ao mesmo tempo alertava e orientava, as leitoras, criando intimidade com o público. Sua capacidade de estabelecer uma conexão emocional com o conteúdo e o próprio artefato, fez com que a revista se tornasse um fenômeno editorial que acompanhou diferentes gerações de adolescentes por diferentes períodos.

No que concerne a relevância do design na produção de revistas, a *Capricho* torna-se um artefato interessante de ser observado sob a perspectiva do Design Editorial, em especial, por se tratar de um material jornalístico que adotou uma identidade visual jovem, colorida e dinâmica para abordar temas relevantes ao universo adolescente. Neste contexto, este trabalho busca responder à seguinte questão: como o Design, em especial o Design Editorial, contribuiu para transformar conteúdos jornalísticos em informações interessantes e acessíveis para adolescentes de diferentes gerações?

Para responder a essa questão foram selecionadas quatro edições impressas da *Revista Capricho*, que serão analisadas com base nos conceitos e teorias da Comunicação Visual/Design Editorial. O critério de seleção foi a disponibilidade no mercado e a possibilidade de acesso/aquisição e uma diferença de nove/dez anos entre elas (1993, 2004, 2014 e 2024²). A análise buscará observar, identificar e compreender como as escolhas de tipografia, paleta de cores e estilo de imagem foram utilizadas para estruturar e direcionar a experiência de leitura da revista, contribuindo para a narrativa jornalística da publicação. A pesquisa se apoia,

² (...) Em junho de 2015, a revista deixou de ser impressa e passou a ser totalmente online, atendendo a uma demanda de um mundo cada vez mais digital e conectado. Após dez anos a *Capricho* retoma as edições impressas neste mês de dezembro(...)" (Capricho, 2024, p. 1).



portanto, em conceitos discutidos em disciplinas como, Jornalismo de Revista, Semiótica/Introdução à Imagem, Planejamento Visual/Comunicação Visual e Laboratório de Produção Gráfica/Laboratório de Design para o Jornalismo, buscando estabelecer uma relação entre o Design Editorial e a comunicação jornalística.

O objetivo principal deste trabalho, portanto, é analisar como as escolhas de Design Editorial realizadas na *Revista Capricho* contribuíram para a comunicação jornalística voltada ao público adolescente. Além disso, observar também as transformações estéticas, comunicacionais e socioculturais ao longo de décadas, identificando os elementos visuais predominantes em cada edição e construindo uma possibilidade de compreensão sobre como a visualidade das páginas de revista dialogam com os contextos socioculturais. Assim, trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo e exploratório, cuja proposta é proporcionar maior familiaridade com o objeto de estudo, por meio de análise documental e visual das edições da *Revista Capricho*. A metodologia utilizada será o estudo de caso que envolve a observação, identificação, categorização e análise visual comparativa (Gil, 2002) de aspectos como tipografia, paleta de cores e estilo/tipo de imagem (ilustrações e fotografias, por exemplo), buscando identificar padrões e transformações estéticas ao longo do tempo.

Este trabalho se divide em sete capítulos. O primeiro apresenta o surgimento e a evolução do jornalismo de revistas no mundo e no Brasil, além de introduzir a *Revista Capricho* como um produto editorial voltado para o público jovem e detalhar seu histórico e importância. O segundo capítulo aborda o Design Editorial e seu papel na comunicação jornalística. Também discute as especificidades do design para revistas, bem como pontua as disparidades entre design para o digital e para impressos. O terceiro capítulo, mergulha nos elementos utilizados para a análise das revistas, tais como ilustração, cor, fotografia e tipografia. Este capítulo apresenta a base teórica discutida, posteriormente, no capítulo 6, da análise das revistas. O quarto capítulo explica a metodologia da pesquisa, detalhando a natureza do estudo, o objeto de pesquisa, a amostra e os procedimentos metodológicos. O quinto



capítulo apresenta a descrição das edições analisadas e a análise individual, a partir das escolhas de design realizadas nessas revistas. O sexto capítulo apresenta a análise comparativa entre as edições de 1993, 2004, 2014 e 2024, evidenciando as principais mudanças no design editorial ao longo desse período e contextualizando possíveis razões que levaram à essas transformações. Por fim, o sétimo capítulo apresenta as considerações finais, retomando o problema de pesquisa, sintetizando os resultados alcançados e sugerindo caminhos para futuras investigações.



1 JORNALISMO

1.1 Histórico do Jornalismo impresso

Otávio Roth (1982) afirma que antes mesmo da invenção da escrita, povos antigos utilizavam desenhos rupestres para narrar histórias e acontecimentos do cotidiano. Os autores explicam que com o avanço das civilizações, surgiram os primeiros sistemas de escrita como a cuneiforme, na Mesopotâmia, e os hieróglifos egípcios, gravados em tabuletas de argila, pedras e papiros. Esses registros primitivos (Figura 1) não apenas documentavam fatos, mas também revelavam o desejo de transmitir conhecimento, ideia que mais tarde seria aperfeiçoada pela imprensa e se tornaria a base do jornalismo moderno como o conhecemos (David; Lino, 2021).

Figura 1: A primeira imagem é de hieróglifos egípcios; seguida do recorte de um painel de Representações rupestres situado em S. Francisco das Palmeiras – Morro do Chapéu – Ba; e de um cilindro cuneiforme: inscrição de Nabucodonosor II descrevendo a construção da muralha externa da cidade da Babilônia.



Fonte: Hosni bin Park, Chico Ferreira e autor desconhecido, wikimedia commons.

Para compreendermos como o jornalismo chega no que entendemos hoje como jornalismo é necessário recapitular alguns momentos dessa história. Segundo Roth (1982), designer, papeleiro e ilustrador, no ano 105 d.C. o papel foi inventado na China. Este item essencial para a existência dos impressos foi criado por um oficial da corte *T'saiLun*. Ao observar vespas triturando vegetais ele notou que se formava uma pasta de celulose que era usada pelos insetos para construir seu ninho. Partindo deste princípio, ele amassou cascas de amoreira, bambu e restos de rede de pescar e estendeu a pasta resultante até secar, obtendo assim a primeira

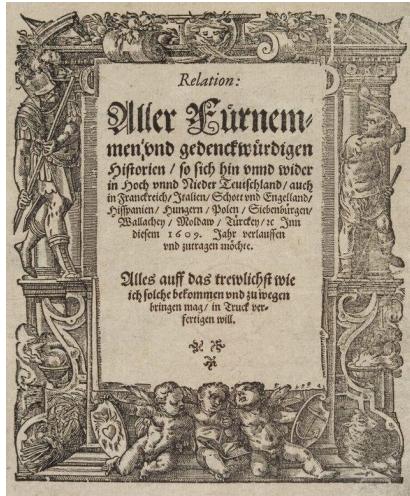


folha de papel. O processo se espalhou pelo mundo por etapas. Quando a China invadiu a Coréia, e posteriormente o Japão, houve o primeiro contato de outros povos com o papel. Depois, durante a Batalha de Talas entre árabes e chineses, em 751 d.C., os árabes obtiveram o conhecimento dos métodos para fabricar o papel com prisioneiros que trocaram essa informação por liberdade. Mais tarde, a Europa difundiu o conhecimento para o restante do mundo em seus processos colonizadores (Roth, 1982).

A invenção do papel foi o primeiro marco fundamental para alcançar o nível de comunicação impressa que temos. Além desta, a invenção da prensa de tipos móveis, por Gutenberg, criada em 1450, foi crucial para modelos de impressão posteriores. Segundo Joana Lopes Araújo (2010), comparada às inúmeras invenções e descobertas do homem, poucas tiveram um alcance tão profundo e duradouro quanto a Imprensa de Gutenberg. Em especial, porque a partir da prensa tipográfica inúmeros desdobramentos foram possíveis, como a Reforma Protestante, o nascimento da imprensa, a popularização dos livros, entre outros. Mais de um século após a invenção da prensa de tipos móveis, em 1609, Johann Carolus publicou, em Estrasburgo, o *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien* (*Relato de Todas as Notícias Distintas e Comemoráveis* – Figura 2), considerado o primeiro jornal impresso da Europa. Carolus, que já produzia boletins informativos manuscritos destinados às classes mais abastadas, adquiriu uma gráfica e passou a imprimir regularmente suas publicações. Poucos anos depois, em 1631, surgiu na França o *La Gazette*, criado pelo médico, filantropo e jornalista Théophraste Renaudot, com apoio do Cardeal Richelieu. A publicação francesa consolidou o formato jornalístico periódico e contribuiu para difundir o modelo de imprensa em outros países europeus (Roth, 1982).



Figura 2: capa do jornal *Relation aller Fürmammen und gedenckwürdigen Historien*.



Fonte: domínio público, University library of Heidelberg, Alemanha, wikimedia commons.

Philip B. Meggs e Alston W. Purvis (2009), afirmam que durante o século XVIII, o Iluminismo transformou o cenário político e intelectual europeu, promovendo ideais de liberdade, razão e questionamento das estruturas de poder, impactando também o jornalismo. Fatores como a popularização de livros e jornais e um aumento tímido no índice de alfabetização fizeram com que os jornais da época se tornassem importantes formadores de opinião e do debate público. Isso é o que afirma também o filósofo Jügen Habermas (1984), ao explicar que a imprensa foi essencial para o surgimento de uma ‘esfera pública’ em que cidadãos discutiam e formavam opiniões sobre os assuntos do Estado. Essa expansão do pensamento crítico irradiado pelo iluminismo e o desenvolvimento da comunicação como fator social foram os primeiros estágios para posteriormente desenvolver veículos de análise, cultura e comportamento, como as revistas (Meggs; Purvis, 2009). Um século depois, a Revolução Industrial impactou ainda mais o jornalismo, que passou a se consolidar como produto de massa. O desenvolvimento de tecnologias como a rotativa, o telégrafo e a utilização de papel de baixo custo permitiram a impressão em larga escala e a rápida circulação das notícias. Paralelamente, as cidades cresceram e progressivamente cada vez mais pessoas aprendiam a ler, tornando os jornais parte do cotidiano popular e não só das elites. Nesse contexto, começaram a



surgir também as revistas ilustradas, que se diferenciavam pela abordagem visual e por conteúdos voltados à cultura, literatura e entretenimento. Mais do que informar, esses periódicos buscavam interpretar e retratar os costumes da sociedade, antecipando o papel que as revistas viriam a desempenhar no século XX como veículos de identidade e expressão cultural (Meggs; Purvis, 2009).

No Brasil, as revistas surgiram no início do século XIX com caráter predominantemente literário e cultural. Publicações como *As Variedades* (1812) e *Ensaios Literários* (1826) figuram entre as primeiras experiências do gênero no país, seguidas pela criação da *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro* (1839), voltada à difusão de debates científicos e históricos e considerada a mais antiga em circulação (Roth, 1982). No final do século XIX, a popularização da litografia e o uso crescente de ilustrações impulsionaram revistas como a *Revista Ilustrada* (1876), de Angelo Agostini, que combinava humor, crítica política e arte gráfica. Já nas décadas de 1920 a 1950, títulos como *O Cruzeiro*, *Manchete*, *Jornal das Moças* e *Cláudia* consolidaram o jornalismo de revista no país, unindo fotografia, texto e design de forma inovadora (Araújo, 2010). Acompanhando as transformações mundiais, o Brasil desenvolveu um estilo próprio de revista, ao mesmo tempo informativo, visual e afetivo, que refletia a diversidade cultural e social do público leitor.

O jornalismo passou a ser entendido, então, como profissão e como uma das principais formas de mediação social. No século XX o crescimento das redações, a criação de cursos universitários e a especialização de funções dentro dos veículos contribuíram para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística mais técnica e estruturada (Araújo, 2010). Neste cenário, as revistas se destacaram como um formato que unia informação e estética³, oferecendo ao público conteúdos mais interpretativos e voltados à cultura, ao lazer e ao comportamento. Publicações como *Life* e *Time*, nos Estados Unidos, e *O Cruzeiro*, no Brasil, exemplificam essa nova

³ O alemão Alexander G. Baumgarten criou a palavra Estética para explicar que “coisas inteligíveis devem, portanto, ser conhecidas através da faculdade do conhecimento superior, e se constituem em objetos da Lógica; as coisas sensíveis são objetos da ciência estética (*epistemé aisthetiké*, ou então, da ESTÉTICA” (Baumgarten, 1993, p. 53 *apud* Trotta, 2021).



fase em que texto e imagem passaram a dialogar de maneira equilibrada (Meggs; Purvis, 2009). Scalzo (2011), explica que diferentemente dos jornais, preocupados com a atualização imediata dos fatos, as revistas se dedicaram a análises, perfis e reportagens mais aprofundadas e visuais, reforçando a importância do design e da fotografia como elementos narrativos centrais.

Após a Segunda Guerra Mundial, o jornalismo impresso passou por uma intensa transformação estética e técnica. A modernização dos processos gráficos, a popularização da fotografia e o avanço da publicidade tornaram as publicações visuais mais atraentes e sofisticadas (Meggs; Purvis, 2009). Nesse contexto, as revistas se consolidaram como espaços de experimentação, unindo jornalismo, arte e design para construir narrativas mais densas e mais impactantes visualmente (Scalzo, 2011). O Design Gráfico deixou de ter apenas uma função organizacional e passou a ser compreendido como linguagem jornalística, capaz de comunicar sentidos e emoções. Esse movimento marcou o início do que hoje se reconhece como Design Editorial, eixo fundamental para compreender a comunicação visual no âmbito do jornalismo e o que é feito nas revistas contemporâneas.

1.2 O Jornalismo de revista

A primeira revista de que se tem conhecimento data de 1660 e era publicada principalmente para o entretenimento da aristocracia. Em um contexto em que grande parte da população era analfabeta, o acesso à leitura se restringia às classes mais altas, o que conferiu às revistas um caráter essencialmente elitista. Este primeiro periódico foi criado na Alemanha pelo pastor e poeta Johann Rist, intitulado *Edificantes Discussões Mensais* (Figura 3), voltado majoritariamente ao público masculino. Pouco tempo depois, começaram a surgir publicações destinadas às mulheres, inaugurando uma tendência de segmentação de público que marcaria a trajetória do jornalismo de revista nas décadas seguintes (Scalzo, 2011).



Figura 3: capa da revista *Edificantes Discussões Mensais* de Johann Rist.



Fonte: domínio público, site Veludo Molhado Fotografia.

Por volta de 1700, as revistas tratavam apenas de assuntos específicos e se assemelhavam a coletâneas de textos didáticos e reflexivos. Especialmente no início do século XIX, essas publicações começaram a se popularizar e a abordar temas mais amplos, dando origem a periódicos voltados a informações gerais que discutiam desde entretenimento até aspectos da vida familiar (Meggs; Purvis, 2009). Como apontado no tópico anterior, entre 1810 e 1820, surgiram os primeiros exemplares internacionais e nacionais, publicações de caráter erudito que se aproximavam do formato de livros. Décadas depois, com a popularização da litografia e de revistas como a *Revista Ilustrada* (1876), o formato passou a atingir camadas mais amplas da população (Araújo, 2010). Essas iniciativas marcaram o início de uma tradição editorial que abriria caminho para o desenvolvimento das revistas ilustradas, com maior alcance popular.

Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (2008) afirmam que o silêncio dos séculos XVI, XVII e XVIII foi um castigo imposto pela Coroa portuguesa ao Brasil. Durante esse período, qualquer atividade impressa era proibida na colônia. Apenas com a chegada da família real, em 1808, foi criada a Imprensa Régia e os aparelhos tipográficos ingleses trazidos com a esquadra de dom João VI começaram a funcionar. Por isso, as revistas conquistaram maior espaço no mercado editorial



especialmente a partir das décadas de 1950 e 1960, acompanhando o crescimento das editoras e a profissionalização do design editorial. O país passou a produzir revistas que refletiam não apenas tendências internacionais, mas também aspectos culturais e sociais próprios, criando uma linguagem visual autêntica e próxima do leitor. Scalzo (2011), aponta que as revistas brasileiras logo desenvolveram identidades singulares, adaptadas à diversidade do público nacional; segmentação que foi fundamental para o surgimento de revistas femininas, que traduziam os valores de cada geração e estabeleciam um elo emocional com o público.

Neste contexto, algumas características próprias das revistas favorecem conexões mais profundas com o/a leitor/a, diferente do que acontece com os jornais diários. Por exemplo, “a segmentação por público e interesse, o trabalho com grandes temáticas, a estética que une arte e texto e a relação direta e emocional que estabelece com o leitor” (Scalzo, 20011, p. 9). Esses elementos consolidaram as revistas como um formato singular do jornalismo impresso, capaz de combinar informação, estilo e identidade visual, captando o interesse do público-alvo, em uma mistura de diário de confissões e manual de vida. A revista, diferentemente do jornal, portanto, se dedica à interpretação e à contextualização dos fatos, enquanto o jornal privilegia a objetividade e a atualização factual. Como afirma José Carlos Marques (2010), o jornalismo de revista valoriza o estilo e o aprofundamento, permitindo ao repórter explorar uma escrita mais autoral e muitas vezes opinativa. Para Sandra Lúcia Lopes Lima (2007), a revista se aproxima da narrativa literária, proporcionando ao/a leitor/a uma experiência mais sensível e reflexiva. Essa liberdade estilística e temporal é o que confere à revista sua identidade particular.

A visualidade e o design também cumprem papel fundamental na construção da narrativa e da identidade editorial. A fotografia, mais do que ilustrar o texto, atua como linguagem própria, capaz de sintetizar sentimentos, contextos e ideias. Já o design gráfico, por meio da tipografia, das cores e da diagramação, orienta a leitura e traduz o posicionamento estético da publicação (Scalzo, 2011). Revistas como *Vogue*, *National Geographic*, *Rolling Stone* e *Capricho* se tornaram reconhecidas



justamente por esse equilíbrio entre conteúdo e visualidade, em que cada escolha de imagem ou layout comunica valores, estilos e emoções. Para Caldwell e Zappaterra (2014), o Design Editorial não se limita a organizar elementos gráficos, mas define a maneira como a informação é percebida e experienciada.

Por não possuir periodicidade diária, as revistas têm o privilégio de explorar maior profundidade nas matérias que publicam, oferecendo ao/à leitor/a amplitude de conhecimento e contextualização dos acontecimentos. Scalzo (2011, p. 10), indica que “é necessário explorar novos ângulos, buscar notícias exclusivas, ajustar o foco para aquilo que se deseja saber e entender o leitor de cada publicação”. Essa liberdade temporal e criativa confere às revistas uma narrativa mais analítica e autoral, que valoriza a apuração detalhada e o olhar singular sobre os fatos. Para esta autora, ainda, a revista é também um encontro entre editor/a e leitor/a, uma relação que se estabelece, uma união entre grupo de pessoas. Também é responsável por ajudar a construir a identidade do/a leitor/a, criar identificações. As revistas dão a sensação de pertencer a um grupo. "Entre as garotas, por exemplo, sabe-se que quem lê *Capricho* é diferente de quem não a lê" (Scalzo, 2011, p. 13). As garotas que leem a revista fazem parte de um grupo que tem interesses em comum e, muitas vezes, comportamentos similares.

Outros fatores, como portabilidade da revista, facilidade em ser colecionável e a qualidade gráfica propiciam a compra pelos/as leitores/as. Neste caso, vale destacar a relação entre a periodicidade e o tempo de produção dos conteúdos. As revistas têm mais tempo para trabalhar o texto e o design da página, o que pode favorecer resultados mais detalhados (Scalzo, 2011).

Para Ana Cláudia Gruszynski e Sophia Seibel Chassot (2006), com o avanço da internet, as revistas encontraram no ambiente digital uma nova forma de se relacionar com as/os leitoras/es. A migração para o online não rompeu o vínculo afetivo construído no impresso, pelo contrário, expandiu por meio da interatividade e da possibilidade de diálogo direto com o público. Segundo Lúcia Santaella (2010), o leitor digital deixa de ser apenas receptor e passa a atuar como inter-ator, co-criando



sentidos e participando ativamente do processo comunicativo. Nair Prata (2011) acrescenta que, ao adaptar sua linguagem e estética ao universo digital, as revistas preservam sua identidade e reforçam o sentimento de pertencimento por meio de espaços participativos, comentários e redes sociais. Assim, a relação entre leitor/a e revista, antes pautada pela experiência tátil, se mantém por uma vivência sustentada pela conexão e pela interação.

1.3 As revistas femininas

Os primeiros periódicos voltados para mulheres surgiram na primeira metade do século XIX, após uma tardia introdução da imprensa no Brasil. A impressão desse tipo de revista é considerada uma atitude corajosa diante do desafio imposto pelo alto grau de analfabetismo da sociedade brasileira, especialmente desse entre o público feminino (Lima, 2007). A publicação *O Espelho Diamantino*, criada no Rio de Janeiro, em 1827, é possivelmente o primeiro periódico feminino brasileiro. Após 1850, a imprensa desenvolveu e estreitou seus laços com a literatura publicando obras que envolviam sonhos e tramas amorosas e depois trazendo ilustrações como parte desses folhetins. Paula Miranda Ribeiro e Ann Moore (2003) explicam que “naquela época a mulher ideal era a ‘rainha do lar’, prendada, que cuidava da aparência e era a boa esposa/companheira perfeita, ao passo que o homem era o ‘chefe da casa’” (Ribeiro; Moore, 2003, p.8).

Até mesmo a estética das revistas femininas pretendia refletir com precisão os valores e expectativas sociais atribuídos às mulheres de seu tempo. As capas e ilustrações exibiam figuras delicadas, traços suaves e cores claras, elementos que reforçam a ideia de pureza, docura e domesticidade (Lima, 2007). Como observa Scalzo (2011), o design editorial das revistas era uma linguagem visual que comunicava padrões de comportamento e identidade. Para a autora, a diagramação equilibrada, o uso ornamental das tipografias e as composições harmônicas buscavam traduzir visualmente a figura da “mulher ideal”, bela, recatada e “do lar”.



Dessa forma, o projeto gráfico contribuía para naturalizar esses papéis, fazendo do visual um discurso tão poderoso quanto o texto. Porém, por volta de 1880, começaram a se desenvolver periódicos editados e escritos por mulheres. Elas ultrapassaram os limites da escrita apenas sobre moda e literatura, e apesar de tímidos, publicaram protestos contra a maneira que eram tratadas pelos homens (Lima, 2007).

Para a maioria dos homens, o casamento era apenas um meio de satisfazer um desejo ou um capricho. Daí o homem poder dizer “minha mulher” com a mesma entonação de voz com que diz “meu cavalo, minhas botas, etc.” (Lima, 2007, p. 224).

No século XX, as revistas buscavam público feminino, incluindo matérias ou seções de interesse feminino em periódicos de interesse geral. Assim faziam a *Revista da Semana* com a seção ‘Cartas de Mulher’, que mesmo não sendo uma revista específica para público feminino, publicaram informações dirigidas apenas para as mulheres. A partir disso, surgem então as revistas para mulheres (Lima, 2007). A *Revista Feminina* (Figura 4) foi um dos periódicos onde mulheres escreveram e dirigiram os conteúdos. Criada no início de 1914, por Virgilina Salles de Souza, foi a responsável por iniciar a popularização da revista na elite brasileira. Por suas conexões com a alta sociedade de São Paulo, nos primeiros anos de publicação a escritora alcançou a marca de 15 mil exemplares vendidos (Lima, 2007). O periódico era vendido como um instrumento de luta por nobres ideais e não promovia lucros pessoais, pois na época, as mulheres, principalmente de classes altas, não obtinham boa fama ao ganharem dinheiro com atividades relacionadas aos homens.



Figura 4: Capa da *Revista Feminina*, julho de 1920, capa *Revista Feminina*, novembro de 1925; página interna, seção “As nossas embaixatrizes”, *Revista Feminina*, novembro de 1925.



Fonte: autor, desconhecido, Arquivo Público do Estado de São Paulo e Revista Acervo.

A capa da publicação trazia figuras femininas em poses românticas e recatadas, às vezes com crianças, para criar identificação com o público-alvo, esposas e mães. As matérias, se limitavam aos interesses comumente ligados ao feminino, como moda, decoração do lar, saúde, culinária, educação dos filhos, pequenos contos, poesias ou peças de teatro e conselhos (Lima, 2007). A maneira de tratar os assuntos era, quase sempre, sob um prisma que harmonizava com os princípios morais e a ética da Igreja. Temas como a moda, eram apresentados com um caráter crítico e doutrinário. Ao lado da descrição de formas e tecidos vinham dicas como “uma coisa é a estética no vestir, a arte de aformosear-se, e a outra é a falta de pudor nos trajes adotados” (Lima, 2007, p. 229).

“Como amiga de suas leitoras, a revista preocupava-se com a formação, com o desenvolvimento das aptidões necessárias para o bom desempenho dos seus papéis básicos: esposa e mãe” (Lima, 2007, p. 233). Com o objetivo de ser a “auxiliar” da leitora, as matérias tinham orientações para projetos manuais, principalmente de costura, que podiam servir para momentos de lazer, poderiam ser objetos úteis para o lar ou até uma forma de obter lucros sem trabalhar fora de casa.



Com o passar das décadas, o papel das revistas femininas foi se transformando junto às mudanças de comportamento da mulher na sociedade. Se antes as publicações tinham o propósito de formar boas esposas e mães, no fim do século XX e início dos anos 2000 elas passaram a retratar a mulher como protagonista da própria história. O avanço da publicidade, da moda e da cultura midiática deu novo fôlego a esse mercado, consolidando títulos como *Claudia*, *Manequim* e *Capricho*, que refletiam diferentes estilos de vida e estágios da feminilidade. Como observa Scalzo (2011), as revistas femininas modernas ampliaram seu repertório temático, incorporando pautas sobre carreira, sexualidade, independência e identidade. Nos anos 2000, escrever para uma grande revista era visto quase como um sinônimo de sucesso. Um sonho impulsionado também por filmes e comédias românticas, como *De Repente 30*, *O Diabo Veste Prada* ou *Como Perder Um Homem em 10 Dias*, entre tantos que mostravam redações vibrantes e jornalistas em busca de propósito e reconhecimento. Essas produções ajudaram a cristalizar o imaginário das revistas como espaços de poder, estética e expressão feminina, onde o texto e o design se encontravam para traduzir o espírito feminino (Lima, 2007).

1.4 A Revista Capricho

Assim como discutido no tópico anterior, a *Revista Capricho* (Figura 5) foi um desses periódicos que se transformou junto com o papel da mulher na sociedade. Desde a sua fundação, em 1952, a *Capricho* publicou majoritariamente fotonovelas, porém em 1982, impulsionada por transformações sociais e culturais, passou por uma mudança editorial reduzindo a quantidade de páginas para as fotonovelas e adicionando matérias sobre beleza, moda e entretenimento com foco no público adolescente e juvenil (Scalzo, 2011).



Figura 5: capa da *Revista Capricho*, edição 131; recorte de uma fotonovela da *Revista Capricho*; capa da *Revista Capricho*, edição 152.



Fonte: Site do Sebo RS Raridades; Blog Just Lia, por Lia Camargo; Site do Sebo RS Raridades.

Alguns fatores socioculturais influenciaram a mudança editorial na *Revista Capricho* (Figura 6). A televisão passou a oferecer narrativas visuais mais dinâmicas e envolventes, com recursos de som, cor e movimento que a revista não podia competir (Scalzo, 2011). O estilo de vida “teen”, enaltecendo bandas pop, revistas, programas de TV e produtos voltados aos jovens ganharam força no mundo todo. A mulher jovem dos anos 1980 já estudava, trabalhava e começava a adotar comportamentos mais independentes, o que permitiu à Abril segmentar esse público e atender seus requisitos dentro da *Revista Capricho*. Assim, nos três primeiros anos desta mudança, a revista ganhou maior popularidade entre as meninas e passou a ser conhecida como ‘a revista da gatinha’ (Ribeiro; Moore, 2003).



Figura 6: Capa da Revista *Capricho*, publicada em 1988; capa da Revista *Capricho*, publicada em 2000; capa da Revista *Capricho*, publicada em 2008.



Fonte: página do Facebook da *Capricho*, wikipedia e pinterest.

Com mais leitores interessados na revista, em 1996 o periódico passou a ser publicado a cada quinze dias. Outra mudança importante nessa época foi a troca das fotos de capa de modelos por fotos de ídolos *teens*, fomentando o consumo de cultura pop que estava em alta naquela época. Além disso, a *Capricho* ganhou popularidade por tratar de assuntos considerados tabus, como sexo, sexualidade e drogas. A revista passou por outra mudança em 1999, desta vez no design (Scalzo, 2011). Sob a direção da jornalista Brenda Fucuta a revista passou a ter uma identidade visual bastante adolescente. Com a melhoria dos softwares de diagramação e de edição de imagens foi possível trabalhar melhor com imagens, ilustrações e colagens. O novo design apostava em paletas vibrantes, uso intenso de rosa e lilás, tipografia arredondada e diagramações dinâmicas, criando uma identidade visual marcante e reconhecível. Nos anos 2000 ela se tornou uma das principais revistas femininas para adolescentes do país (Scalzo, 2011).

Os adolescentes, público-alvo das revistas a partir de 1996, nem sempre existiram como uma etapa singular da vida. Gruszynski e Chassot (2006) afirmam que houve um tempo em que essa fase de transição da infância para a vida adulta não era considerada relevante como é hoje.



A adolescência surge, então, como um prolongamento da infância, necessário para preparar as crianças para o sucesso esperado por parte dos adultos e, ao mesmo tempo, surge como idealização dos próprios adultos, que passam a ver a adolescência como um ideal de felicidade (Gruszynski; Chassot, 2006, p. 47)

Esse conceito começa a se espalhar para o mundo do consumo por volta de 1950, com a moda, o estilo de vida e os ídolos adolescentes. Esse mercado se torna tão importante que, de acordo com o Dossiê Universo Jovem 3⁴, os jovens no final dos anos 1990 - e até hoje - vivem em um mundo de supervalorização da juventude, ou seja, quem ainda é jovem tenta se manter assim e quem está mais próximo do envelhecimento começa a sofrer com a perspectiva (Gruszynski; Chassot, 2006). Em um mundo onde a juventude é exaltada, crescer deixa de ser desejável, pois representa enfrentar situações difíceis, já que as vantagens que se pretendia obter na fase adulta, já estariam disponíveis para a/o adolescente, como, por exemplo, a liberdade sexual, a independência financeira, etc. (MTV Brasil, 2004).

Este público consumidor também tem algumas particularidades. Segundo Scalzo (2011), algumas características fazem com que o trabalho para adolescentes seja diferenciado. As meninas escreviam e se comunicavam muito mais com suas revistas do que as mulheres adultas, por isso seções de respostas às perguntas ou cartas às leitoras eram parte comum da *Capricho*. Outra característica, é que é um público que muda muito rapidamente. “Se você faz uma revista para meninas de 15 a 18 anos, por exemplo, as leitoras ficarão com você, em média, apenas três anos” (Scalzo, 2011), logo um grupo se torna maior de idade e outro entra nessa estreita, mas também tão característica, faixa de idade. Além disso, a fase da adolescência é marcada por transformações constantes: modas, manias e gostos podem se transformar radicalmente de um dia para o outro (Gruszynski, Chassot, 2006).

De acordo com Ribeiro e Moore, (2003), a editora-chefe da *Capricho* entre 1995 e 1999, Brenda Fucuta afirmava que a missão da revista era ter cumplicidade

⁴ Pesquisa realizada pela MTV, no Dossiê do Universo Jovem 3, com 19 grupos de 50 entrevistas em profundidade na fase qualitativa e 2.359 entrevistas na fase quantitativa, com homens e mulheres entre 15 e 30 anos, classes A, B e C (MTV, 2010).



com seu/sua leitor/leitora adolescente. Ou seja, tanto o design quanto o conteúdo era feito para jovens, não para os pais. A revista muitas vezes, ao tratar de temas polêmicos (Figura 7), enfrentou os protestos dos responsáveis, porém um dos princípios era manter a relação especial com seu público e usá-la para o bem. A editora acreditava que omitir o assunto não significava evitar o problema, por isso utilizava o espaço que tinha para comunicar o que acreditava ser necessário para informar as leitoras e abrir espaços de diálogo (Ribeiro; Moore, 2003).

Figura 7: matéria da *Revista Capricho* sobre o uso de camisinha publicada em 2014; matéria da *Revista Capricho*, publicada em 2014.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, ed. 2004, páginas 88, 89, 90 e 91 - produção da autora.

No início dos anos 2000, a tiragem da *Capricho* era de cerca de 220 mil cópias por edição (Ribeiro; Moore, 2003). Segundo Scalzo (2011), embora a leitura de revista seja, por natureza, uma atividade privada, a *Capricho* conseguiu reunir as adolescentes em uma espécie de comunidade imaginária, que promovia o conforto psicológico e a sensação de que não eram as únicas enfrentando determinados problemas. No livro *Girl Talk*, Dawn Currie (1999), cita uma garota de 17 anos, chamada Margareth, que demonstrou algo que aprendeu inteiramente em uma revista adolescente.

Eu lia a revista *Seventeen* e é bem provável que foi de lá que aprendi a fazer toda a minha maquiagem, apenas de olhar as revistas, olhar as modelos e ver como elas estavam fazendo. Eu sentava por duas horas fazendo minha maquiagem só para ter o que fazer. Era divertido (Currie, 1999, p 6).



Isto sugere que uma revista feminina adolescente, poderia ser mais interessante do que o conteúdo jornalístico informativo em forma de revista, mais do que informação. Ela propõe um estilo de vida. A *Revista Capricho* viveu o auge de sua influência entre as adolescentes brasileiras, consolidando-se como a principal revista *teen* do país entre 2000 e 2010 (Scalzo, 2011). No entanto, com a chegada da internet e o surgimento das redes sociais, o panorama geral de relação com a leitura foi modificado profundamente, além do consumo de informação e a adolescência em si. No livro *Geração Ansiosa*, o autor Jonathan Haidt (2024) explica que durante o surto de impulsionamento da tecnologia, com a chegada dos *smartphones* e dos *tablets*, houve uma reconfiguração da infância e da adolescência. O que antes era coletivo agora virou privado. O brincar coletivo se tornou encarar telas por horas; o se relacionar com os amigos no parque, na rua ou nos espaços públicos, se tornou interagir em grupos de *Whatsapp*, que nem de longe expõem todas as facetas emocionais de uma conversa real que os adolescentes necessitam. É nesse contexto que a *Capricho* migra para os espaços onde os adolescentes estavam: as redes sociais, os blogs e o *Youtube* (Haidt, 2024).

Por volta de 2010, com a chegada do *iPad*⁵, as publicações digitais se tornaram ainda mais portáteis e faziam parte do dia a dia das pessoas, assim como o e-mail, fotos, compras e a internet no geral, porque estavam no mesmo dispositivo (Haidt, 2024). Com o digital e a transformação de acesso e de possibilidades de apresentação tão rápida, houve um impacto no compartilhamento e no processo de interpretação das mensagens. O design e o jornalismo ainda vivem na corda bamba para entender as diferenças entre o produto impresso e o digital. Oposições intrínsecas ao formato de publicação que precisam de atenção para que o/a leitor/a possa obter informações mais facilmente, se interessar pelo conteúdo e ser capaz de acessá-lo e compreendê-lo (Caldwell; Zapaterra, 2014).

⁵ O nome iPad é a união da letra “i” com a palavra “pad”. O “i” representa a internet e os valores da Apple de inspirar, informar, instruir e individualidade, enquanto o “pad” (“bloco”, em português) refere-se ao formato do dispositivo, que se assemelha a uma prancheta ou bloco de anotações (Charleaux; Toledo, 2025, p.1).



Em 2012, a *Capricho* lançou o portal *Mundo Capricho*, expandindo sua atuação para o ambiente online com blogs, vídeos e conteúdos interativos⁶ (Meio e Mensagem, 2012). Como resultado dessa transição, em 2015, a Editora Abril encerrou a versão impressa da revista, mantendo apenas a presença digital. A mudança deveria representar não o fim, mas uma reinvenção e uma tentativa de reaproximação com seu público. Durante esta fase 100% digital a revista acumulou mais de 18 milhões de seguidores nas redes sociais. No site, o veículo concentra mais de três milhões de usuários únicos por mês, segundo dados do Comscore (2022). Em 2023, houve uma nova reformulação: as edições digitais foram retomadas e o posicionamento editorial da marca foi atualizado com a ideia de desobediência (*Capricho*, 2023)⁷.

Não é mais só sobre o universo jovem, mas sobre o jovem no universo. Reforçamos o lugar que temos como um espaço de segurança, informação de qualidade e entretenimento, mas agora ampliado: somos um guia para você sobreviver a esse período tão intenso (e, ao mesmo tempo, divertido) que é a adolescência (*Capricho*, 2023, p.1).

Em 2024, após quase uma década atuando exclusivamente no meio digital, a *Capricho* voltou às bancas em uma edição especial que comemorou os 75 anos da Editora Abril. A publicação resgatou a identidade visual que marcou gerações: cores vibrantes, tipografia arredondada e linguagem leve, tudo isso sob o olhar contemporâneo da nostalgia. O retorno teve caráter simbólico e afetivo, buscou dialogar tanto com antigas leitoras, que cresceram lendo a revista, quanto com novas gerações, segundo a editora-chefe, Andréa Martinelli. “Vimos que a experiência analógica estava ganhando força, especialmente com a crescente valorização de experiências offline, como a proibição do celular nas escolas. Isso nos ajudou a convencer a diretoria a seguir com a ideia” (Meio e Mensagem, 2025)⁸.

⁶ Império cor-de-rosa, Meio e Mensagem, 2012. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/midia/imperio-cor-de-rosa>. Acesso em 10 de novembro de 2025.

⁷ Manifesto editorial Capricho 2023, *Capricho*, 2023. Disponível em

<https://capricho.abril.com.br/identidade/manifeste-desobedeca-seja-voce/>. Acesso em: 10 de novembro de 2025.

⁸ A estratégia por trás da volta da edição impressa da Capricho, Meio e Mensagem, 2025. Disponível em

<https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/estrategia-por-tras-da-volta-da-edicao-impressa-da-capricho>. Acesso em: 10 de novembro de 2025.



Assim, a *Capricho* reafirmou seu papel como ícone cultural, mostrando que sua força vai muito além do jornalismo e se estende à memória e à emoção compartilhada de quem, em algum momento, foi consolado, instruído ou se identificou em uma de suas páginas.



2 DESIGN EDITORIAL

2.1 Histórico do Design Editorial

Rafael Cardoso (2008), explica que chamamos de design, o conjunto de atividades voltadas para a criação e produção de objetos. O termo design gráfico é resultado da união de duas palavras: a primeira é um substantivo importado para a língua portuguesa por volta de 1960, que significa 'projeto' na língua de origem, e a segunda deriva do grego e quer dizer escrever ou desenhar. De uma maneira geral o termo design remete à concepção e elaboração de projetos, e gráfico, nesse caso um adjetivo, costuma ser usado para representar objetos por linhas ou figuras, utilizando tinta sobre uma base. Por mais que a junção dos termos apontem para uma forma de criar produtos graficamente, com tinta sobre o papel, atualmente o design não trata apenas da criação de produtos físicos. O nome design gráfico também pode ser usado para trabalhos que envolvem sinalização de ambientes, confecção de identidade visual para marcas ou pessoas e até criação de páginas na internet. O principal desafio, e objetivo, dos profissionais da área do Design Gráfico é desenvolver artefatos onde o suporte, tipografia e elementos compositivos estejam em uma disposição adequada para comunicar de forma inteligente e intencional as mensagens que se quer passar para o público-alvo (Cardoso, 2008).

Os primeiros a se intitularem designers foram os trabalhadores ligados à confecção de padrões ornamentais na indústria têxtil, no início do século XIX. Esse período marca a Primeira Revolução Industrial e define o desenho, ou design, como uma das etapas de produção: a criação, necessitando de um funcionário específico para o trabalho e nomeando essa profissão. Mais tarde, no mesmo século, as primeiras escolas de design foram criadas para formalizar o estudo da área e os profissionais, que antes eram alocados como designers por aptidão ou talento (Cardoso, 2008). Com a indústria ganhando forma e a separação do trabalho entrando em ação, uma fábrica não necessitava de uma quantidade expressiva de artesãos para realizar determinado produto. Bastava um designer para criar o produto, um gerente de projetos para obter o maquinário e muita mão de obra



inexperiente para apenas supervisionar as máquinas. O que valorizou ainda mais a profissão. Cada vez mais as indústrias passaram a investir em linhas de produção para fomentar a necessidade de consumo que estavam suprindo (Cardoso, 2008). Segundo Meggs e Purvis (2009), em oposição à Revolução Industrial, surgiu o movimento social *Arts & Crafts*, liderado por William Morris, que valorizava o artesanato como alternativa à produção em massa. O grupo defendia o modo de trabalho artesanal e criticava a perda de qualidade estética e a desumanização do trabalho gerado pela revolução.

Nesse período, muitas pessoas passaram a integrar as cidades em busca de oportunidades de emprego, criando os grandes centros urbanos. Esse novo estilo de vida era mais aglomerado e o trabalho unia a fábrica ao meio de transporte coletivo, o ônibus, ou seja, pouco espaço para a quantidade de pessoas que passou a viver nessas cidades. Surgiram, então, a necessidade de sinalizar a geografia central, os impressos como resposta ao lazer, o crescimento do público leitor e a propaganda para convencer as pessoas a comprarem o que as indústrias estavam produzindo. Trata-se do início de uma bela parceria entre a comunicação, a publicidade e o design (Cardoso, 2008).

O movimento internacional conhecido como *Art Nouveau* (1880-1920) (Figura 8) só obteve projeção e importância histórica com a publicação de livros, jornais e revistas veiculados na época. Com as indústrias barateando o custo de impressão desses produtos foi possível consagrar o movimento. “A divulgação do *Art Nouveau* coincidiu com uma época de rápida expansão da produção gráfica de todos os tipos, e isso se reflete na grande penetração deste estilo em termos do design de livros, revistas, cartazes e outros impressos” (Cardoso, 2008, p.93). Nessa época também passou a ser comum encontrar projetos gráficos bem elaborados, capas ilustradas e assinadas por ilustradores de renome e inovação para a atividade editorial em todos os sentidos.



Figura 8: pintura de Gustav Klimt chamada *The Kiss* (O beijo); Cartel litográfico de Henri de Toulouse chamado *La Goulue*; cartaz de Alphonse Mucha chamado *Zodiac*.



Fonte: domínio público, *wikimedia commons*.

Segundo Meggs e Purvis (2009), o artista, arquiteto e designer alemão Peter Behrens desempenhou papel importante no desenvolvimento do design no século XX, ao planejar um curso de design. Ele buscava a reforma tipográfica e foi o primeiro defensor da tipografia sem serifas e do uso de um sistema de grids⁹ para estruturar o espaço dos layouts. Foi chamado de “o primeiro designer industrial”, em reconhecimento aos seus projetos para produtos industrializados, como postes de iluminação e chaleiras. Seu trabalho para a *Allgemeine Elektricitäts-Gesellschaft*, ou AEG (Figura 9), é considerado o primeiro programa completo de identidade visual corporativa (Meggs; Purvis, 2009).

Figura 9: Catálogos da empresa AEG, design de Peter Behrens (1908-1912).



Fonte: ResearchGate - Olga Ampuero-Canellas.

⁹ O grid ou diagrama é um conjunto de linhas de marcação invisíveis para quem não participa do processo de diagramação. Sua função é organizar conteúdos em relação ao espaço da página, estabelecendo o número de colunas, o espaço entre elas e as margens da página (Gruszynski; Chassot, 2006).



Peter Behrens participou de outro movimento importante para a história do design: a *Werkbund*. Fundada em 1907, a *Deutscher Werkbund* reuniu arquitetos, artistas e industriais com o objetivo de aproximar arte, artesanato e indústria e elevar a qualidade da produção em massa. Eram guiados por uma padronização de tipos, objetividade funcional e projetos como sistema estruturados. A *Werkbund* funcionou como ponte entre a crítica do *Arts & Crafts* e o modernismo, influenciando, posteriormente, a *Bauhaus*, que lançou as bases de nitidez, grid e racionalidade que sustentariam o design editorial do século XX (Cardoso, 2008). A escola alemã de design, *Bauhaus* (Figura 10), uniu ideias de diversos movimentos artísticos da história à produção mecânica. “O mobiliário, a arquitetura, o design de produto e o design gráfico do século XX foram plasmados pelas atividades de seu corpo docente e discente, e uma estética do design moderno surgiu” (Meggs; Purvis, 2009, p.175). Ela foi fundada por Walter Gropius, em 1919, e passou por diversas perseguições políticas, sendo considerada uma escola comunista, por conta de artistas russos que trabalhavam na escola. Em 1933, a *Bauhaus* foi fechada pelos nazistas, porém seu legado se mantém na valorização da função e da metodologia. Ela é uma das grandes responsáveis pelas estruturas do design editorial moderno como o conhecemos (Meggs; Purvis, 2009).

Figura 10: Cartaz de anúncio que diz o seguinte: "os comprovados bancos Rowac estão em uso em todos os cômodos da Bauhaus!"; cartaz da Bauhaus com a fonte Bauhaus 93.



Fonte: domínio público, wikimedia commons.



Outro marco na história do design foi o desenvolvimento do *Estilo Tipográfico Internacional*, que aconteceu em duas cidades suíças, Basileia e Zurique. Em 1929, com 15 anos de idade, Emil Ruder iniciou uma formação de quatro anos em tipografia, na Escola de Artes Aplicadas de Zurique. Em 1947, ele entrou para o corpo docente da Escola de Design da Basiléia, como instrutor de tipografia, conclamando seus alunos a alcançarem o equilíbrio entre forma e função. Ele ensinava que o tipo deixa de ter propósito quando perde seu sentido comunicativo, quando perde a legibilidade e deixa de evocar o interesse do leitor. Era, também, defensor dos espaços em branco, ou não impressos, do design global sistêmico e do uso do grid para harmonizar tipografia, fotografia, ilustrações e todos os demais elementos da página (Cardoso, 2008). Nessa mesma época foram criadas as tipografias universais sem serifa. A Helvetica (Figura 11), por exemplo, por Max Miedinger e a Univers, de Adrian Frutiger, as duas em 1957 (Meggs; Purvis, 2009).

Figura 11: panograma inglês na fonte Helvetica.

Helvetica
The quick brown fox
jumps over a lazy dog **Ceg**

Fonte: domínio público, wikimedia commons.

O pós-modernismo dos anos 1970, trouxe mudanças culturais expressivas para a sociedade, que passou a repensar e questionar a autoridade das instituições tradicionais. A busca por igualdade pelas mulheres e minorias criou um clima de diversidade cultural, em especial por causa de fatores como a imigração, o trânsito internacional e a crescente comunicação global. “A consciência social, econômica e ambiental do período levou muitos a acreditar que a estética moderna não era mais relevante na emergente sociedade pós-industrial” (Meggs; Purvis, 2009).

Na década de 1980, a impressão colorida chegou ao mercado, juntamente com as novas tecnologias digitais de diagramação e produção gráfica. “A Apple Computer desenvolveu o microcomputador *Macintosh*, a Adobe Systems inventou a



linguagem de programação *PostScript*, subsidiando os programas de composição e a tipografia eletrônica e a *Aldus* criou o *PageMaker*, um dos primeiros aplicativos que utilizou a *PostScript* para criar layouts na tela do computador” (Meggs; Purvis, 2009). Somadas, essas novas ferramentas iniciaram uma transformação no desenvolvimento de projetos gráficos, com a demanda de produzir *layouts* mais atrativos para as consumidoras e consumidores. A paginação modular, neste momento, foi uma alternativa para moldar o conteúdo, sendo usadas, também, fotos maiores e novas tipografias, que tinham como objetivo criar uma identidade própria para cada publicação (Gruszynsky; Chassot, 2006, p. 72).

No Brasil, o design começou a ganhar força a partir da década de 1960, com a criação de cursos e a profissionalização do setor editorial, aumentando significativamente seu impacto a partir dos anos 1980. Editoras como Abril, Bloch e Globo impulsionaram projetos gráficos modernos, em títulos como *Realidade*, *Veja* e *Capricho*, que ganharam destaque por evidenciar o design como ferramenta de identidade editorial e de organização da leitura, acompanhando as viradas tecnológicas do período (Gruszynsky; Chassot, 2006). “A popularização das tecnologias digitais injetou, sem sombra de dúvidas, uma grande dose de liberdade no exercício do design” (Cardoso, 2008). Com a chegada da *World Wide Web*¹⁰, em 1989, essa dose de liberdade se ampliou ainda mais, e o conteúdo pôde ser organizado e acessado na internet de qualquer lugar do mundo, além de combinar imagens, sons, vídeos, textos e interações, propiciando uma ponte mais direta com a leitora e o leitor.

2.2 Design no Jornalismo

Nos tópicos anteriores vimos como o Jornalismo e o Design cresceram ao longo do tempo, dependentes das transformações sociais e tecnológicas, e como

¹⁰ A *World Wide Web*, ou a *WWW*, como é conhecida popularmente, foi criada em 1989, por Tim Berners-Lee, com o intuito de facilitar acesso à informação e torná-la global (Miranda, 2024).



caminharam conectados durante todo esse processo. Acabamos de entender, também, que o design é uma atividade ligada à criação e à produção de artefatos, sejam eles objetos físicos e/ou visuais. O ramo do design que dialoga, especificamente e com mais constância – ou talvez mesmo por mais tempo - com o jornalismo é o Design Editorial, campo responsável por organizar a informação em livros, jornais, revistas, publicações digitais, entre outros (Gruszynski; Chassot, 2006). O objetivo do design, portanto, não é ornamentar, mas favorecer a compreensão da mensagem, aqui, jornalística. Para isso, a/o designer toma decisões a respeito da tipografia, paleta de cores, hierarquia visual, grid, uso do espaço em branco, diagramação, em coerência com o suporte, a linha editorial e o público, constituindo o que se conhece como projeto gráfico (Gruszynski; Chassot, 2006). O projeto gráfico é o que dá estrutura para o projeto editorial, sendo constituído por um conjunto de regras básicas que utilizam um diagrama (grid) e um grupo de tipos de caracteres (letras, números e sinais) para apoio do processo de produção (Gruszynski; Chassot, 2006).

No jornalismo, o design cumpre diversas funções, entre elas cinco específicas: informar, orientar, atrair, identificar e reter. Isso significa, que não é função do design, apenas captar a atenção do/a leitor/a, mas guiá-lo, orientá-lo no acesso à mensagem, definindo o caminho por meio da definição de uma identidade, do estabelecimento de uma hierarquia visual e, da manutenção da atenção até o processo de interpretação. Para isso, os projetos editoriais aplicam princípios, conceitos e teorias da comunicação visual para trabalhar o layout/composição, a partir do contraste, alinhamento, repetição, proximidade, e uma série de outras estratégias relacionais que podem tornar a navegação mais fluida e ajudar a destacar o que é essencial para a captação e compreensão das informações/discursos (Caldwell; Zapatera, 2014).

O design, portanto, acaba sendo a linguagem gráfico-editorial do jornalismo, ou seja, mais do que organizar o conteúdo, assume que todas as informações têm forma e que toda forma propõe significado (Caldwell; Zapatera, 2014). Uma



manchete em caixa-alta/maiúscula e com alto contraste, por exemplo (Figura 12), comunica urgência, uma tipografia serifada, de traços finos e com entrelinha generosa, sugere leveza, elegância, sobriedade, entre outras possibilidades propostas pelo conjunto de visualidades em diálogo na composição. A escolha de uma paleta de cores, o uso de uma fotografia ou de uma ilustração, ativam diferentes repertórios culturais e abrem diferentes caminhos interpretativos. Assim, tudo o que vemos em uma página de notícia são operadores de geração de sentido, que editam/determinam a mensagem.

Figura 12: Jornal O Globo de 1942 notícia sobre um naufrágio de navio por um torpedo durante a Segunda Guerra Mundial. A fonte em caixa alta e o lugar que ela ocupa na página, demonstram urgência; Jornal do Brasil anunciando intervenção militar no Goiás.



Fonte: domínio público, Jornal O Globo e domínio público, Jornal do Brasil, wikimedia commons.

No plano identitário, o design compõe a voz do veículo: a repetição intencional de tipografias, de cores, de estrutura base/grid, de tratamento das imagens, tudo isso motiva reconhecimento e confiança. A partir desse sistema gráfico/visual, o periódico ganha uma assinatura editorial, que faz com que você consiga reconhecê-lo antes mesmo de perceber o logotipo. Isso se dá por causa da experiência de leitura (Caldwell; Zapatera, 2014). Segundo Gruszynski e Chassot (2006), estudos do *Poynter Institute* (1998), mostram que leitores percebem primeiro



ilustrações/infográficos, depois fotografias ou títulos e por último o corpo de texto. Logo, hierarquia e escala são decisivas para o que efetivamente é acessado/lido.

Por isso, o design deve se valer de estratégias para traduzir o posicionamento do veículo para um público específico, adaptando-se ao suporte. Em revistas para adolescentes, como a *Capricho* (Figura 13), por exemplo, são recorrentes cores vibrantes, fontes de traços arredondados que expressam aconchego e amizade e fotografias expressivas como recurso de aproximação do conteúdo ao universo da leitora. Os fundamentos permanecem, o que pode variar é como eles são utilizados, em especial, quando mudam de tipo de produção e compartilhamento, impresso e digital (Gruszynski; Chassot, 2006).

Figura 13: Sumário da *Revista Capricho* de 2024 e sumário da *Revista Capricho* de 1993.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2024, págs 10 e 11 e edição de 1993, págs 4 e 5 - produção da autora.

2.3 Design para impressos x Design para o digital

Com a evolução das mídias digitais, o conceito de Design Editorial expandiu-se para as plataformas online, exigindo uma adaptação significativa para atender às novas formas de produção, compartilhamento e consumo de informação. No entanto, independentemente do suporte, os princípios fundamentais permaneceram, na tentativa de garantir que a comunicação visual seja adequada e



relevante. Para Caldwell e Zapatera (2014), este é o maior desafio atualmente: a variedade de canais com que os veículos e as leitoras e leitores se deparam.

A transição do impresso para o digital não representou apenas uma mudança de formato, mas uma transformação na forma como a informação é estruturada, apresentada e consumida. No suporte impresso, o design editorial se estrutura a partir de elementos fixos, com alto grau de controle visual por parte da/o designer. Cada página é projetada para ter uma composição específica, fechada, com uma organização previamente definida dos textos, comprimento de linhas, posicionamento de imagens, colunas e espaços em branco. Essa previsibilidade, permite que o/a leitor/a tenha uma experiência linear, mais controlada, conduzida por uma hierarquia visual pensada para uma leitura sequencial pouco flexível (Caldwell; Zapatera, 2014).

Ellen Lupton (2014), explica que a diagramação de impressos é planejada com base em grids rígidos, margens fixas e espaços cuidadosamente distribuídos para favorecer a fluidez da leitura e a organização do conteúdo. A tipografia, as cores e os elementos gráficos são escolhidos considerando a impressão em papel. Outro aspecto fundamental do design impresso é sua permanência: ao contrário do digital, que é constantemente atualizado e pode ser corrigido a qualquer momento, o impresso possui caráter estático e duradouro. Isso faz com que o projeto gráfico seja ainda mais decisivo, já que ele será visto repetidamente e precisa manter sua legibilidade e atratividade ao longo do tempo. Outra questão a ser levada em consideração é a maneira como o olho humano realiza a leitura, diferente no impresso e no digital. Nas telas, a leitura ocorre por meio da luz emitida, o que faz com que as letras sejam vistas em contraluz. Dependendo do brilho do dispositivo, do contraste e da formatação, os caracteres podem parecer menos nítidos ou até desbotados. Já no impresso, a leitura se dá pela luz refletida, ou seja, a tinta está sobre o papel, o que proporciona maior conforto ao olhar (Lupton, 2014).

Do ponto de vista da arquitetura de informação, o impresso organiza a navegação pelo material em sumário, seções e paginação, guiando o leitor por um



percurso linear, horizontal, porém, no digital, a leitura não é, necessariamente, linear. Apesar de ela ser organizada em uma sequência vertical linear. O leitor pode acessar determinada matéria pelo site, na página principal (home) ou pelo feed de uma rede social; pode realizar uma busca, pode acessar por links internos, notificações entre outras formas de ler um conteúdo. Pensando nisso, o/a designer ou jornalista deve prever diversas portas de entrada para o conteúdo, e também caminhos para manter a atenção do/da leitor/a conectado/a com a informação em cada ponto de contato (Lupton, 2014).

No ambiente digital, o design editorial precisa ser adaptado a formas mais responsivas de organização. Diferente do impresso, portanto, o projeto gráfico móvel não consegue garantir um formato fixo. Ele precisa funcionar em diferentes telas, no celular, no tablet, no notebook ou no *desktop*, por exemplo, respeitando proporções e sistemas operacionais diferentes (Caldwell; Zapaterra, 2014). Isso exige da/o designer um planejamento flexível, em que o conteúdo se reorganize conforme a plataforma de leitura, com uma lógica visual diferente da linearidade impressa.

Assim, cada vez mais, as linhas que delimitam as funções de cada ferramenta e/ou de cada produção estão mais turvas. Em 2025, a/o designer editorial não deve ter conhecimento para gerar estratégias de experiência tanto *online* quanto *offline*, porque o seu público está inserido em um universo que disputa o tempo todo por sua atenção (Caldwell; Zapaterra, 2014). Com o uso crescente de recursos multimídia, animações, links e elementos clicáveis, as publicações passaram a exigir projetos gráficos organizados não apenas visualmente, mas a partir de uma lógica de convergência. Além disso, a linguagem usada nos textos deve ser acessível, direta e visualmente confortável, para prender a atenção do/a leitor/a por tempo suficiente para que todo o conteúdo seja acessado (Lupton, 2014).

No contexto do impresso, a capa era a porta de entrada para a leitura. Era nela que as manchetes mais chamativas procuravam atrair os leitores. Já no ambiente digital, essa lógica se transformou. A estrutura da página inicial, ou do *feed*, funciona como um novo campo de disputa por atenção. Elementos como



carrosséis, banners ou matérias em destaque ocupam posições privilegiadas na tela, substituindo o antigo protagonismo da capa. Dessa forma, o projeto gráfico continua exercendo o papel de hierarquizar conteúdos, mas agora sob uma lógica dinâmica, visualmente responsiva e orientada pelo comportamento do usuário (Figura 14).

Figura 14: Capa da *Revista Capricho* de 2011 e *home* do site da *Revista Capricho*.



Fonte: Site Disney Media Center; print de tela - produção da autora.

A *Revista Capricho* é um exemplo emblemático dessa transição entre os formatos impresso e digital. Durante os anos em que circulou fisicamente, sua diagramação seguia uma lógica fixa, com grid bem definido, uso expressivo de cores vibrantes e uma hierarquia visual pensada para atrair a/o leitora/leitor adolescente nas bancas. Com o encerramento da versão impressa em 2015, a publicação precisou reformular completamente sua linguagem visual para dialogar com as plataformas digitais, especialmente as redes sociais (Meio e Mensagem, 2025).

A *Capricho* online passou a adotar recursos como vídeos curtos, carrosséis, memes, enquetes e textos com linguagem leve e visual chamativo, adaptando-se às características do design editorial digital. A lógica de navegação vertical, o uso de tipografias sem serifa, cores de alto contraste e imagens em movimento, passaram a



integrar a identidade visual da publicação. Além disso, o design responsivo tornou-se essencial para que o conteúdo se adequasse tanto ao desktop, quanto ao mobile, respeitando as novas formas de leitura e comportamento do público jovem (Meio e Mensagem, 2025). Essa mudança evidencia como as estratégias de design não são apenas estéticas, mas também comunicacionais. O projeto gráfico da *Capricho* precisou ser reconfigurado para continuar transmitindo sua mensagem editorial com clareza e relevância, mesmo com os novos sistemas de mídia.

2.4 Design para revistas

Maria Cristina Barbosa (1996, p.29 *apud* Gruszynski; Chassot, 2006, p.39), afirma que a “revista é um veículo de massa que se situa entre o livro e o jornal; é menos efêmera que o jornal e menos permanente que o livro”. Ela constitui um laboratório criativo privilegiado para o design editorial, porque é uma mistura de identidade visual forte, delimitação temática, segmentação de público e uma leitura estruturada que permite variação rítmica sem perder coerência. Ou seja, diferente do jornal diário, a revista não tem a urgência de noticiar, o que permite tempo de contemplação por meio da visualidade, com as capas, aberturas e composições de inúmeras páginas como parte da sua composição (Caldwell; Zappaterra, 2014).

O projeto gráfico, como apresentado anteriormente, é um sistema que define grid, tipografias, paleta de cor, estilos de imagem e módulos recorrentes, como olho¹¹, linha-fina¹², legendas¹³, ícones¹⁴, fólios¹⁵ (Figura 15), entre outros. Esse sistema garante consistência às diferentes edições de uma publicação. Apesar de

¹¹ O olho é uma citação extraída do texto, que geralmente é feita com aspas, com o objetivo de atrair os leitores para uma página de notícias. Pode não ser uma citação de dentro do texto, nesse caso não se usa aspas (Caldwell; Zappaterra, 2014).

¹² Texto que aparece abaixo do título da matéria, geralmente com 40 a 50 palavras (Caldwell; Zappaterra, 2014).

¹³ A legenda e os créditos de imagens costumam aparecer junto com a imagem para fornecer informações sobre o conteúdo, razão da presença e a relação da imagem com a matéria (Caldwell; Zappaterra, 2014).

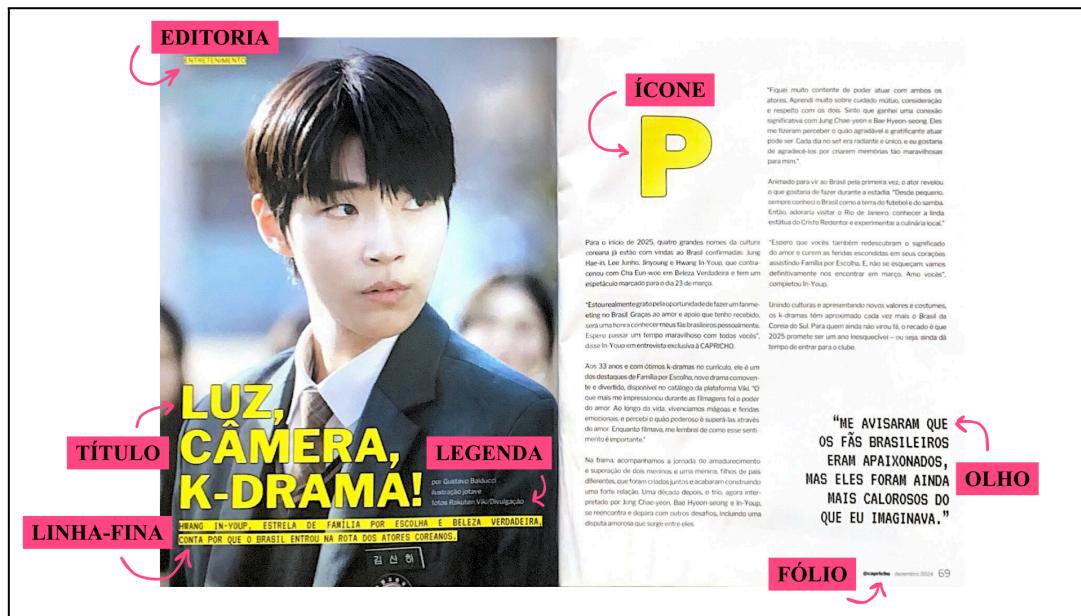
¹⁴ Se uma matéria deve continuar no verso ou em outro lugar em uma edição, é útil deixar o leitor saber isso empregando expressões como “continua na página...” ou com uma seta direcional. Os ícones fazem a função de sinais de comunicação (Caldwell; Zappaterra, 2014).

¹⁵ Os fólios são como um recurso de navegação pela publicação, geralmente ficam no mesmo lugar em todas as páginas - no canto inferior direito ou no meio - para ser fácil de encontrar. No caso da *Revista Capricho* o fólio atual, de 2024, contém o nome de usuário da conta deles nas redes sociais, mês e ano (Caldwell; Zappaterra, 2014).



ser uma estrutura preestabelecida, também precisa ser flexível o suficiente, para abranger temas e profundidades diferentes nos conteúdos (Caldwell; Zappaterra, 2014).

Figura 15: Matéria da *Revista Capricho* de 2024 exemplificando os ítems de página em uma revista.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2024, páginas 68 e 69 - produção e apontamentos da autora.

Nas revistas, esses projetos tendem a seguir um percurso que se inicia já na capa, seguindo pelo sumário, aberturas de seção, área de reportagens, e a seção final de resenhas, listagens e comentários. Cada parte cumpre uma função no percurso que o leitor será guiado em sua experiência (Caldwell; Zappaterra, 2014). A linguagem visual da revista deve equilibrar tipografia, cor e imagem. Aparentemente, esses são os elementos de maior destaque na organização visual das informações. No momento de escolha das tipografias, é necessário distinguir entre tipos de texto verbal, com diferentes pesos hierárquicos, tanto de importância, quanto visual, como títulos, linhas-finas, olhos, texto corrido, entre outros, para gerar uma hierarquização perceptível do conteúdo verbal (Figura 16) (Caldwell; Zappaterra, 2014).



Figura 16: Exemplo de diferentes usos tipográficos em edições diferentes da *Revista Capricho*.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2014, página 14, edição de 1993, páginas 8, 9, 112 e 113 - produção da autora.

Segundo Luciano Guimarães (2003), na parte de cor, o projeto identitário e gráfico precisa definir uma paleta cromática base, assim como suas possíveis variações tonais, de acordo com diferentes necessidades, às vezes temáticas, às vezes de destaque, às vezes de correlação, etc (Figura 17). No caso das imagens, a direção de arte da publicação, responsável pela produção visual, coordena a produção de fotografias, ilustrações, infografias, para adensar, complementar, reforçar, contradizer, entre outras funções, o discurso verbal (Figura 18). Nenhum elemento, portanto, é mero adorno (Caldwell; Zappaterra, 2014).



Figura 17: exemplos de diferentes usos de cores na *Revista Capricho*.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2024, páginas 112, 113, 74, 98, e 99 (na ordem em que aparecem - da esquerda para a direita) - produção da autora.



Figura 18: exemplos de diferentes usos de tipos de imagens na *Revista Capricho*.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2004, páginas 42 e 43, edição de 2014, páginas 4 e 5, edição de 2024, páginas 110 e 111, e edição de 2014, páginas 89 e 90 - produção da autora.

Essas decisões não configuram fórmulas mágicas, ou seja, trata-se de organização, comunicação e navegação com o objetivo de compreender como os elementos necessários nas páginas funcionam melhor em conjunto (Caldwell; Zapaterra, 2014). A partir dessas escolhas forma-se a identidade editorial, ou como pode ser chamada, a voz, a personalidade do veículo. Repetição de famílias de fontes, cores, grid, tratamento de imagem, geram reconhecimento do produto editorial (Scalzo, 2009).



3 ELEMENTOS DE ANÁLISE VISUAL

3.1 Análise visual

A análise visual é uma etapa fundamental deste trabalho, que objetiva compreender a maneira como o design contribui no compartilhamento – e consequente entendimento – da mensagem jornalística em revista. Como visto anteriormente, o design atua como mediador entre o conteúdo e o/a leitor/a, tornando este conteúdo acessível, eficiente e coerente com a identidade gráfico-editorial das publicações em que são compartilhados. Neste contexto, cada escolha de elementos – verbal e visual – constitui a narrativa e comunica algo por si só (Caldwell; Zapatera, 2014).

Neste sentido, atentar para a visualidade é o que permite perceber que cada elemento gráfico carrega uma intenção predeterminada. Segundo Caldwell e Zapatera (2014), Mark Porter descreve a diagramação como uma atividade que busca organizar o fluxo da leitura, entender as especificidades da comunicação, a relação entre o conteúdo e o suporte, e os outros elementos distintivos da publicação, ou seja, seu objetivo é organizar a distribuição dos elementos no espaço. As imagens são elementos visuais chave em páginas, pois criam um diálogo entre texto e visual (Caldwell; Zapatera, 2014); as cores evocam sensações específicas e dependem do contexto sociocultural dos envolvidos (Guimarães, 2003); a tipografia, é capaz de definir um tom de voz, provocar e/ou facilitar o acesso, entre outros (Lupton, 2014) . Entender, minuciosamente, cada um desses elementos e as correlações que estabelecem entre si, é o que nos permite compreender a essência de uma publicação, das mensagens que compartilha, do público e do espaço-tempo que ocupa. Cada escolha, demonstra valores sociais e culturais do período em que foi produzida (Figura 19), e no caso da *Capricho*, essas decisões visuais acompanham as transformações do comportamento jovem e feminino ao longo das décadas.



Figura 19: as quatro capas, das diferentes décadas, que serão apresentadas, para visualização dos diferentes momentos temporais e a relação com a visualidade apresentada.



Fonte: fotografia de capas da *Revista Capricho*, edição de 1993, 2004, 2014 e 2024 - produção da autora.

Segundo Caldwell e Zapaterra (2014) o período em que a revista de 1993 foi publicada representa o aumento de estrelas do design de moda que apresentavam suas coleções nas edições de primavera e outono. Essas edições eram febre entre o público feminino, o que impulsionou a publicidade nesses periódicos. A indústria da moda também cresceu, junto com a economia, e bens de luxo se tornaram mais



disponíveis para pessoas comuns. “Nos Estados Unidos e no Reino Unido, as revistas estavam desfrutando de uma idade de ouro de colaborações inspiradas e um respeito pela habilidade especializada do design editorial e do jornalismo visual” (Caldwell; Zapaterra, 2014, p. 55). Scalzo (2011), afirma que nesse período a *Capricho* ainda apostava em capas com fotografias de modelos, mas havia um trabalho crucial de trazer para a capa personalidades com as quais o público pudesse se identificar.

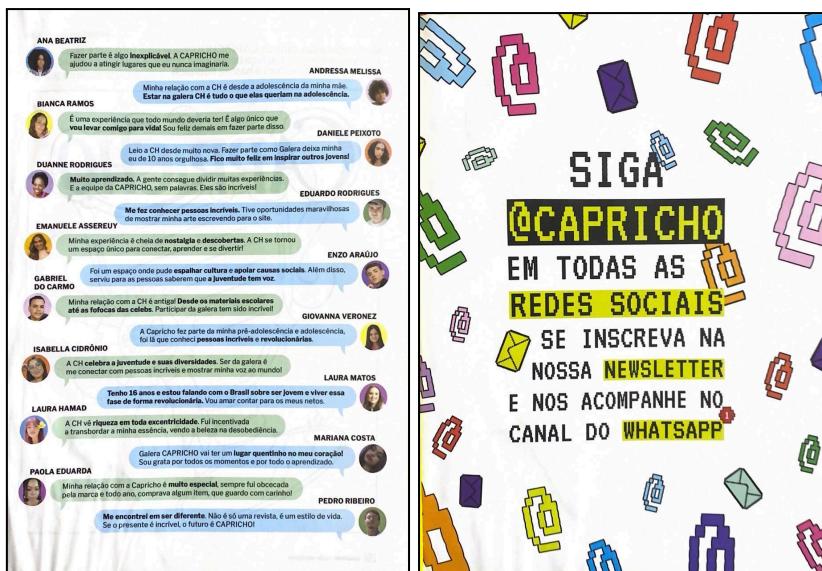
Já em 2004, Caldwell e Zapaterra (2014) indicam que o aumento da cobertura de celebridades parecia dominar o estilo dessa década. Esse fator também é considerado pela *Capricho* que passa a trazer os ídolos *teens* nas capas de suas revistas. “Aparecer na capa de uma revista lançava a carreira de algumas celebridades, atores e músicos, e também ajudava a manter a mídia fresca e vibrante. As capas de revistas refletiam o apetite cultural de seu público” (Caldwell; Zapaterra, 2014, p. 57). Segundo as autoras, outro fator que impulsionou a troca das modelos pelas celebridades era o alto custo de produção de ensaios editoriais para cada revista.

Antes que o *ipad* fosse lançado, as revistas ocupavam uma forte posição no mercado editorial. As editoras de grande porte levaram seus títulos também para a internet criando versões para a web e para celulares. A *Capricho* em 2014 já tinha um site para chamar de seu e a influência da internet está presente também em suas páginas impressas ao trazer na legenda das fotos nomes de usuários do *Instagram* e do *Facebook*, seção de fotos do *Instagram*, tuítes das leitoras feitos com a *hashtag* *Capricho*, além de termos nativos das redes sociais como “*likes*”, “*selfies*” e “*follow*” (*Revista Capricho*, 2014). E se em 2014 a edição impressa já tinha sinais da globalização e da influência das redes sociais, na edição de 2024 esses marcadores aparecem ainda mais (Figura 20). Segundo Matheus Henrique Lopes Felix e Janaina Galdino de Barros, (2024) após a pandemia da Covid-19 houve um aumento exponencial não só no uso das redes sociais, mas também no tempo gasto nessas plataformas. Esse aumento pode ter saturado os usuários trazendo à tona o



movimento analógico. A editora-chefe da *Capricho*, Andréa Martinelli (Meio e Mensagem, 2025), afirmou que alguns dos motivos pela volta da revista impressa foram a crescente valorização de experiências offline e a demanda do público por uma experiência mais tangível. “Toda vez que publicávamos uma capa digital, o comentário mais comum era: ‘Quero essa capa impressa!’. E não eram só os leitores mais velhos, mas jovens de 15 a 18 anos que pediam” (Meio e Mensagem, 2025, p.1)

Figura 20: páginas da Revista Capricho de 2024 demonstrando a influência das redes sociais.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2024 - produção da autora.

Quanto às páginas internas de uma revista, estas se constituem a partir de uma combinação de elementos gráficos e estruturais que, em conjunto, compõem a identidade visual e a estrutura organizacional da publicação. De modo geral, cada revista impressa é constituída segundo um formato (tamanho da página) fixo, de uma estrutura de grid (linhas guias de divisão da página) e de elementos recorrentes que garantem unidade entre as edições e familiaridade para o leitor (Scalzo, 2011).

Para Caldwell e Zappaterra (2014, p. 40), o design editorial se baseia em sistemas que combinam função e estética: “o grid, o formato e a hierarquia visual são os pilares que sustentam a clareza e a consistência de uma publicação”. O grid



(ou grade modular) é uma estrutura invisível de linhas horizontais e verticais que orienta a disposição dos textos, imagens e espaços em branco na página. Ele é responsável por estabelecer ritmo, proporção e equilíbrio e, como explica Samara (2017), permite que diferentes seções convivam visualmente, mesmo com conteúdos e layouts variados, dentro de um mesmo projeto editorial.

O formato da revista, suas dimensões físicas e a orientação (geralmente vertical) da página, influenciam diretamente as decisões de design. Revistas de comportamento e moda, como a *Capricho*, por exemplo, costumam adotar proporções médias (em torno de 20 x 27 cm), que favorecem tanto o manuseio quanto o impacto visual das imagens (Scalzo, 2011). Além do formato, a diagramação segue princípios de legibilidade¹⁶ e contraste, entre outros, que pretendem garantir a melhor correlação entre texto verbal e imagem. Para Donis A. Dondis (1997), a composição deve equilibrar os elementos visuais para conduzir o olhar do/a leitor/a, criando um percurso natural, ou facilmente perceptível, de leitura/seguimento da visualização dentro da página.

Segundo Jorge Frascara (2006), cada revista é composta por dois grupos de elementos visuais: os elementos fixos e os elementos variáveis ou compositivos. Os elementos fixos correspondem à identidade visual da publicação, aquilo que se repete a cada edição, muitas vezes em todas as páginas, e garante o reconhecimento do periódico. Entre eles estão o logotipo, o cabeçalho, o número e data da edição, o sumário, a tipografia identitária, o esquema cromático e o estilo visual. Este autor defende que esses componentes atuam como “marcadores visuais da marca”, estabelecendo um elo de continuidade entre o/a leitor/a e a revista. Uma identidade que é ao mesmo tempo estética e simbólica, pois ela reflete, por meio da visualidade, os valores, o público e o posicionamento editorial da publicação. Já os elementos compositivos, correspondem ao conteúdo editorial de cada matéria:

¹⁶ A legibilidade é a propriedade de os caracteres tipográficos se distinguirem uns dos outros através de sua forma. O grau de legibilidade do texto impresso depende principalmente de cinco fatores: a letra utilizada (como Times, Arial, Futura); o tamanho da letra; o comprimento da linha de texto; o espaçoamento entre as linhas de texto; o contraste entre a cor da letra e a do papel (Caldwell; Zapatera, 2014).



imagens figurativas, títulos, subtítulos, textos, legendas, infográficos e boxes. Esses elementos são moldados/organizados de acordo com o grid e perpassados pela identidade, mas possuem liberdade criativa para adequarem-se ao tema e à narrativa jornalística de cada reportagem. Lupton (2010, p. 12), destaca que “a diagramação é o espaço onde o design encontra o conteúdo”, ou seja, é no arranjo compositivo que o projeto gráfico se adapta às demandas específicas da informação.

Para Timothy Samara (2017), além do grid, outro elemento essencial é o espaço em branco (ou espaço de respiro), responsável por criar ritmo e gerar legibilidade. O espaço negativo não é vazio, mas trata-se de uma área de “silêncio visual”, que ajuda a organizar a leitura e destacar os elementos principais. Assim, cada página é uma combinação intencional entre áreas ativas (texto, imagem e outros) e áreas passivas (espaço), que se equilibram para conduzir o olhar (Samara, 2017) e promover o acesso e, consequentemente, o entendimento da mensagem.

Por fim, é importante compreender que os elementos fixos e os elementos compositivos não existem de forma dissociada. Eles interagem para construir a experiência de leitura e o discurso visual da revista. Como observa Frascara (2006), o design editorial é um sistema dinâmico de comunicação, em que cada parte só adquire sentido dentro do conjunto. No caso da *Revista Capricho*, por exemplo, o logotipo, o uso característico das cores, as tipografias com características joviais e o estilo visual (fotográfico e ilustrado) formam uma linguagem própria que identifica a publicação; enquanto a disposição de matérias, imagens e boxes reflete o dinamismo e a fluidez do conteúdo voltado ao público adolescente (Scalzo, 2011).

Este capítulo, portanto, discorre sobre os principais elementos que compõem uma página de revista e que serão observados nas análises das edições selecionadas: tipografia, paleta de cores e tipos de imagem, destacando como cada um deles atua na construção da identidade visual e no diálogo entre forma e conteúdo na *Revista Capricho*.



3.2. Elementos compostivos

3.2.1 Tipografias

Ellen Lupton (2010, p.8) define a tipografia como “o meio pelo qual a linguagem se torna visível”, e a letra como “o átomo básico da comunicação”. Essa definição, ressalta a importância da tipografia, não apenas como recurso estético, como elemento que dá forma e permite a visualização do texto (Figura 20), mas também como ferramenta essencial para a comunicação. É, em grande medida, a tipografia a responsável por oferecer acesso à informação verbal, base do jornalismo desde o século XVII.

Figura 21: Pôster da fonte Helvetica; pôster da fonte Futura; pôster da fonte Avant Garde.



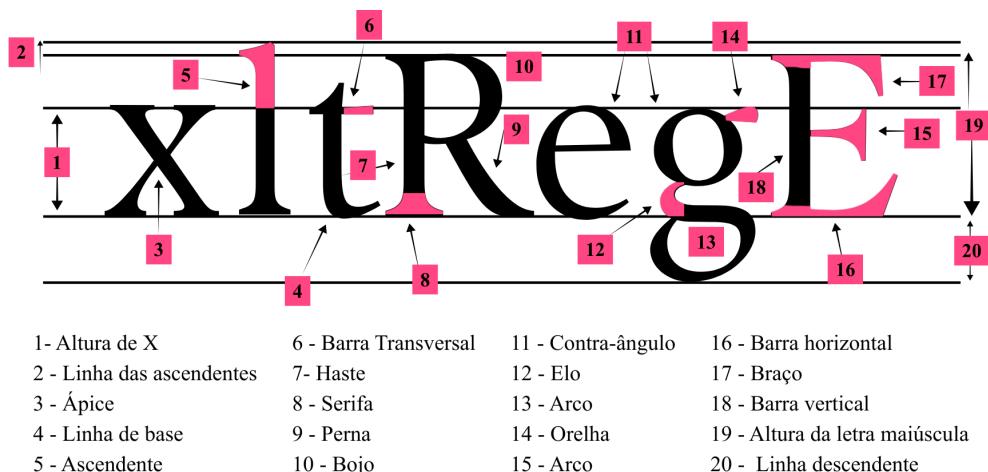
Fonte: autor desconhecido, imagens retiradas do pinterest.

Caldwell e Zappaterra (2014, p. 86), a definem como “espinha dorsal do design editorial”, ou seja, o elemento responsável por fornecer aos projetos editoriais a sustentação comunicacional necessária. Segundo Dondis (1997), a variação tipográfica é um recurso fundamental para estabelecer ritmo e contraste na composição gráfica. Tipografias variadas em uma página são usadas, não somente para organizar o texto, como para conferir ao material hierarquia visual, ritmo de visualização e personalidade.



Samara (2011), explica que o tratamento da tipografia em projetos editoriais depende de inúmeros aspectos de aplicação, e que para fazer uma seleção eficiente é necessário compreender algumas de suas características. “Inicialmente, pode-se abordar o formato dos seus caracteres, definido pela anatomia tipográfica que trata de características estruturais básicas e comuns à todas as fontes.” (Samara, 2011, p.35). Essa anatomia (Figura 22), nos apresenta conceitos chave de tipografia, como, por exemplo, a altura de x, que é a altura do corpo principal da letra minúscula e as serifas, que são os adornos/finalizações românicas localizados na base de cada terminal dos caracteres (Lupton, 2010).

Figura 22: anatomia das fontes.



Fonte: produzido pela autora com base no trabalho Lupton (2010).

Lupton (2010) corrobora com Samara (2011), e ambos apresentam, a partir dessa anatomia, as classificações das tipografias em fontes: humanistas, transicionais, modernas, egípcias, sem serifa humanista, sem serifa transicional e sem serifa moderna. As fontes humanistas são aquelas intimamente ligadas à caligrafia e ao movimento da mão na escrita. Fontes transicionais e fontes modernas são mais abstratas e menos orgânicas. Nas transicionais vemos serifas mais afiadas e um eixo mais vertical, do que nas humanistas. Já as modernas são radicalmente abstratas, as serifas são finas e retas e há forte contraste entre traços grossos e



finos. As fontes egípcias são pesadas e decorativas, segundo Lupton (2010), elas possuem serifas mais grossas e retangulares. Fontes sem serifa são caracterizadas pelas terminações abruptas, sem adornos (*sans* significa "sem" em francês), sua espessura dos traços é uniforme e o eixo é completamente reto (Samara, 2011). Também podem ser separadas em humanista, transicional e geométrica, sendo essas relacionadas ao mesmos parâmetros das fontes serifadas, com exceção da geométrica, que recebe esse nome pois sua criação se dá pelo uso de formas geométricas (Figura 23) (Lupton, 2010).

Figura 23: classificação de fontes.



Fonte: produzido pela autora com base no trabalho de Lupton (2010).

Há, ainda, outras formas de criar contraste e ritmo por meios das tipografias. Samara (2011) define cinco aspectos que podem fazer essa distinção: caixa alta ou baixa (maiúsculas ou minúsculas), variação de peso - que gera a família da fonte - sendo negrito, black, regular, fina, extra fina e em alguns casos extra black, postura (romano ou itálico), largura - condensado, comprimido, estendido, expandido - e estilo (com ou sem serifa) (Figura 24).



Figura 24: família da fonte Futura, demonstração da variação de peso.

Futura Extra-fina
Futura Fina
Futura Regular
Futura Negrito
Futura Black
Futura Extra-black

Fonte: produzido pela autora com base no trabalho de Lupton (2010).

Essas variações favorecem a construção de uma hierarquia visual, que segundo Genilda Oliveira de Araujo e Gabriela Botelho Mager (2016, p.120), “é o que opera sobre a construção da informação no espaço da página”. Neste processo de design, o objetivo é buscar por formas de apresentação que destaquem as mensagens, tornando mais fácil a identificação pelo/a leitor/a. Comumente, títulos maiores e em negrito chamam mais atenção do que subtítulos menores em itálico e texto corrido menor em regular; e isso indica o que deve ser lido primeiro, e depois, e depois. Tipografias muito pequenas, por outro lado, podem indicar o que não é imprescindível de ser acessado. Essa distinção pode ser criada por meio do uso de fontes diferentes, e/ou tamanhos de fontes diferentes, e/ou estilos de fontes diferentes, entre outros. O estabelecimento das características visuais do texto verbal, o ritmo e a personalidade expressas pelas tipografias escolhidas, em cada publicação, devem estar em consonância com o público-alvo, o contexto de leitura (se impresso ou digital), o tipo de conteúdo a ser veiculado e a identidade da marca, além das especificidades da publicação (Araújo; Mager, 2016).

Nas edições analisadas da *Revista Capricho*, é possível perceber que a tipografia sempre foi um elemento crucial na construção da identidade visual e na aproximação com as leitoras. Desde as versões impressas da década de 1990, podemos observar o uso de letras arredondadas (Figura 25) e humanistas, para



reforçar a relação leitora-revista. Nos anos 2000, a revista incorporou fontes mais ousadas e volumosas, acompanhando a estética pop da época e reforçando a linguagem divertida de suas matérias. Nas edições mais recentes, predominam fontes limpas e sem serifa, que favorecem a legibilidade em telas e criam um visual mais contemporâneo e minimalista (Meio e Mensagem, 2025).

Figura 25: exemplo de fontes arredondadas usadas na *Capricho*.



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2014, página, e edição de 2024, páginas 4 e 61 - produção da autora.

Na análise das edições da *Capricho*, serão observadas as tipografias utilizadas nos títulos, chamadas de capa, subtítulos e texto corrido, bem como a



forma como essas escolhas definem a hierarquia visual e revelam a personalidade da revista em cada década analisada.

3.2.2 Cores

Luciano Guimarães (2003) afirma que quem procura uma leitura sobre os sentidos das cores sabe que não é fácil encontrar algo interessante e que fuja do limitado senso comum. Algo na linha de pensamento de que vermelho é a cor do amor, laranja, a cor da energia, amarelo a cor da alegria, verde, da esperança, azul, da tranquilidade, preto, do luto e cinza da seriedade. Mesmo porque, segundo Caldwell e Zapatera (2014) a psicologia cultural da cor pode variar conforme as culturas. O vermelho, por exemplo, que pode significar paixão no ocidente, na África do Sul é associado ao luto; o azul em diversas culturas possui influência calmante, mas é ruim quando ligado aos alimentos. Para definir o conceito de cor, Guimarães (2000, p. 12) afirma que ela pode ser definida como “uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro”. O uso desse recurso possibilita criar elementos de atração visual, podendo facilitar a identificação da mensagem.

Para fazer escolhas eficazes no âmbito das cores é necessário considerar um aprofundamento nas teorias que as envolvem. A teoria da cor tem se desenvolvido ao longo de séculos, mas encontrou em Johannes Itten (1970) uma das bases mais duradouras para o estudo do design. O autor explica que a cor é composta por três atributos principais: matiz, saturação e brilho. A matiz (ou croma, ou tom) retrata a cor espectral de origem, a coloração especificada pelo comprimento da onda. É o parâmetro que define se a cor será verde, azul, vermelha etc. O brilho define o quanto a cor se aproxima do preto ou branco – desta variedade, surgem os tons verdes-claros ou escuros, por exemplo. Por último, a saturação indica o grau de pureza da cor, sua intensidade ou, em contraste, sua proximidade com o cinza (Itten, 1970). Itten também elucida a questão das cores ao apresentar no círculo cromático (Figura 26) a mistura das cores. O círculo possui um triângulo bem no centro, com as cores primárias - amarelo, azul e vermelho. Da mistura entre elas obtemos os



triângulos laterais com as cores secundárias - verde, roxo e laranja. E consequentemente, da mistura de cada cor primária com cada cor secundária surgem as cores do círculo cromático (Itten, 1961).

Figura 26: círculo cromático de Johannes Itten.



Fonte: domínio público, Farbkreis Itten, wikipedia commons.

Para Hanna França Menezes e Carla Patrícia de Araújo Pereira (2016) saber empregar as cores é uma importante habilidade para favorecer a comunicação visual no jornalismo. Segundo elas, as cores podem contribuir na organização, hierarquização e elevar o potencial de assimilação do conteúdo, guiando o olhar do leitor para a visualização da informação. Guimarães (2003) define também que quando a aplicação de cores acontece para cumprir essas funções, ela assume o papel de *cor-informação* no texto jornalístico e nesses casos, cabe ao jornalista/designer de notícias a consciência de que a cor pode incorporar significados às informações, aumentando sua responsabilidade na tomada de decisão. De um modo geral, as cores variam de acordo com as proposições da mensagem, as variações de tom, as correlações estabelecidas e oferecem uma amplitude de vocabulário enorme para o alfabetismo visual¹⁷ (Dondis, 2007).

¹⁷Da mesma forma que somos alfabetizados para entender textos e buscar significados neles, precisamos aprender qualquer acontecimento visual que nos cerca extraíndo do conteúdo o seu significado também (Dondis, 2007).



Esse uso estratégico da cor pode ser observado na *Revista Capricho*, em matérias direcionadas ao, ou de interesse do público masculino. A cor azul aparece predominante nessas páginas em fundos e detalhes gráficos, funcionando como um marcador temático que auxilia o/a leitor/a a identificar rapidamente quem é o público-alvo daquele conteúdo (Figura 27). Essa escolha reforça a ideia de *cor-informação* descrita por Guimarães (2003), em que o uso cromático não é apenas estético, mas orienta a leitura e comunica significados. Além disso, essa associação do azul com temas masculinos reflete convenções culturais amplamente difundidas, evidenciando como a revista se apoia em códigos visuais reconhecíveis para dialogar com seu público (Caldwell; Zapaterra, 2014).

Figura 27: matérias da *Revista Capricho* voltadas também para o público masculino.

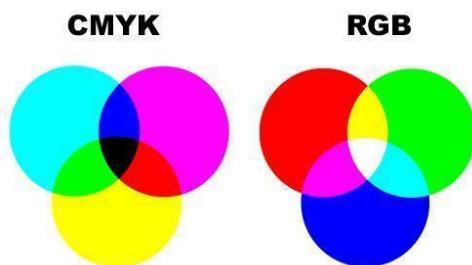


Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 1993, páginas 56 e 57, edição de 2004, página 114, edição de 2014, páginas 90 e 91, e edição de 2024, página 81 - produção da autora.



Outras especificidades das cores devem ser levadas em consideração no jornalismo. Há as diferenças entre o uso da cor no impresso e no digital, diretamente relacionadas à maneira como são produzidas. No impresso, as cores são formadas pela mistura de pigmentos, o chamado sistema CMYK (ciano, magenta, amarelo e preto), em que a cor resulta da mistura de um porcentual de cada uma dessas cores para formar outras. Já no ambiente digital, as cores são criadas por meio da luz emitida pelas telas, baseadas no sistema RGB (vermelho, verde e azul), em que a cor é aditiva, ou seja, quanto mais luz, mais intensa e brilhante é a tonalidade (Caldwell; Zapaterra, 2014) (Figura 28). Essa diferença faz com que uma mesma cor possa parecer mais opaca, e até mesmo mais escura, no impresso e mais vibrante nas telas, exigindo que o designer editorial adapte a paleta conforme o suporte.

Figura 28: Diferenças entre a mistura de cores RGB e CMYK.



Fonte: autor desconhecido, Pinterest.

A luz do ambiente digital, emitida pelas telas, altera a percepção do/a leitor/a. Já no impresso, a experiência da cor é mais suave, pois depende da luz refletida sobre o papel. Essa diferença influencia diretamente a construção da paleta cromática para cada suporte (Caldwell; Zapaterra, 2014). A escolha das cores, portanto, deve estar alinhada ao público-alvo, à proposta editorial e ao suporte da publicação (Guimarães, 2003). Na análise das edições da *Revista Capricho*, as cores serão observadas sob dois aspectos principais: função e contexto. Em primeiro lugar, será considerada a função da cor, analisando de que forma ela orienta a leitura, destaca chamadas e reforça hierarquias visuais dentro da página, e então, será levado em conta o contexto de uso. Esses critérios permitirão



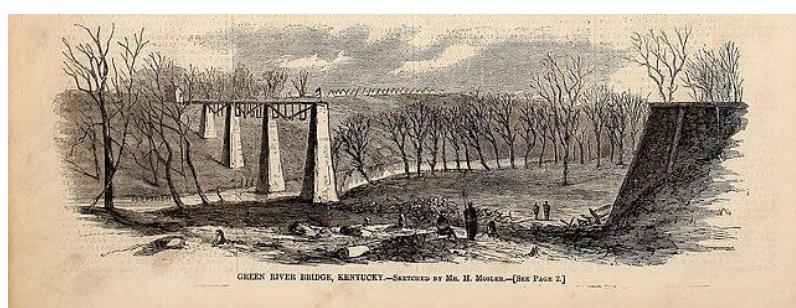
compreender como a *Capricho* utilizou as cores como instrumento narrativo e de conexão com seu público leitor.

3.2.3 Ilustração

Segundo Caldwell e Zapaterra (2014), a ilustração é mais do que um adorno em uma página, ela traduz ideias, expressa sentimentos e amplia a narrativa jornalística por meio da arte. Ela pode expressar um conceito ou sentimento mais do que a fotografia, porque, segundo as autoras, os leitores costumam “ler” fotografias de forma literal, enquanto as ilustrações permitem que a matéria faça associações abstratas. Dondis (1997, p. 82), define a ilustração como “uma das formas mais diretas de expressão simbólica”, destacando sua capacidade de representar o que não pode ser fotografado ou descrito apenas por palavras. Assim, no campo do jornalismo de revista, a ilustração surge como um recurso visual que tanto informa quanto emociona, criando pontes entre o racional e o imaginário (Dondis, 1997).

A história desta forma de imagem está bem próxima da transmissão e registro de notícias, e do que conhecemos como jornalismo. Dondis (2007) afirma que todo o relato visual da Guerra Civil ficou a cargo dos ilustradores, e que para informar a população eles faziam esboços dentro do campo de batalha de forma rápida, gravavam em madeira ou metal, e levavam posteriormente seus desenhos para serem usados nos jornais (Figura 29).

Figura 29: ilustrações da Guerra Civil americana para o jornal Harper's Weekly.



Fonte: Harper's Weekly, domínio público, wikimedia commons.



A classificação de ilustrações, de acordo com Gavin Ambrose e Paul Harris (2011), leva em consideração o estilo e a aplicação editorial. Eles identificam diferentes tipos de ilustração, como a realista, que busca representar fielmente a aparência do mundo e é comumente empregada em retratos editoriais e materiais instrutivos; a conceitual, que traduz ideias abstratas e temas complexos por meio de metáforas visuais; e a narrativa, que conta histórias em sequência, sendo frequente em seções de entretenimento e matérias de comportamento. Além dessas, os autores mencionam a ilustração em caricatura, marcada pelo humor e pela crítica social, a infografia, que une imagem e verbo para facilitar a compreensão de dados, e a decorativa, voltada ao embelezamento da página e ao ritmo visual da composição. Eles também distinguem as técnicas de produção da ilustração entre as manuais, como aquarela, lápis e nanquim, e as digitais, como vetores, colagens, modelagem 3D e pintura digital, ressaltando que a escolha do estilo e da técnica devem estar alinhadas ao conteúdo e à identidade visual da publicação.

Quanto ao estilo de traçado das ilustrações, alguns autores discorrem sobre as especificidades dos traços e propõem diferenças interessantes. Ambrose e Harris (2011), mencionam o estilo vetorial, caracterizado por traços limpos e cores chapadas, amplamente usado em projetos digitais pela nitidez e escalabilidade, e o pictórico, que utiliza textura e luz para criar profundidade e sofisticação. Zeegen (2005), ainda, discorre sobre o estilo handmade e childlike, que são traços relacionados ao desenho e escrita feitos à mão, muito presentes em publicações voltadas ao público jovem. Samara (2017), descreve a ilustração geométrica, estruturada por formas simples e ritmo visual equilibrado, e Dondis (1997), destaca a ilustração experimental, que combina técnicas manuais e digitais em busca de expressividade e ruptura estética.

Podemos observar um exemplo de uso de ilustração na *Revista Capricho* (Figura 30). Trata-se de uma ilustração realista de estilo *handmade* com objetivo de fornecer um tutorial sobre a utilização de preservativo. A relevância dessa ilustração é de utilidade pública. Segundo dados apresentados na matéria há outras formas de



contrair doenças sexualmente transmissíveis, como o uso de agulhas contaminadas ou transfusão de sangue, porém 90% dos casos no Brasil acontecem por causa da falta do uso do preservativo (*Revista Capricho*, 2014).

Figura 30: Imagem de uma página dupla com ilustração



Fonte: fotografia da *Revista Capricho*, edição de 2014, página 89 - produção da autora.

A primeira página contém uma explicação textual de como se deve usar um preservativo, porém a ilustração é a resolução de um tutorial imagético, que dificilmente poderia ser feito por meio de fotografias, mesmo que não fossem explícitas, o que seria um desafio. Essa ilustração realista ampara o leitor na necessidade de visualizar as informações sem causar impacto negativo, evitando que essa informação (tão importante) não seja acessada.

Na análise das edições da *Capricho*, as ilustrações serão observadas quanto ao estilo, função e integração com os demais elementos da página. Serão considerados aspectos tipo de ilustração e técnica utilizada, o papel da ilustração na



narrativa visual (narrativa, informativa ou persuasiva) e a maneira como ela dialoga com o texto e com outros elementos da página.

3.2.4 Fotografia

Segundo Dondis (1997, p. 105), “a fotografia é a tradução mecânica mais fiel da realidade visível”, pois sua linguagem reproduz com precisão o olhar e a percepção do mundo. Essa capacidade de registrar o instante e o real faz dela uma poderosa ferramenta do jornalismo visual. Bóris Kossoy (2001, p. 37), porém, define a fotografia como “um documento visual e social, que registra o instante, mas também o interpreta”. Ou seja, ainda que tenha origem no real, ela é sempre um recorte subjetivo: uma forma de olhar o mundo. Quanto ao papel do fotojornalista, Lupton e Philips (2008), afirmam que ao escolher um enquadramento, ele delimita o campo de visão de um modo diferente do olho humano. Para elas, cada vez que você tira uma foto, você faz um recorte da realidade (Lupton; Philips, 2008).

No contexto das revistas, essa dualidade se intensifica, pois a fotografia deixa de ser apenas registro e se torna também discurso, expressando o estilo, o tom e a identidade de cada publicação. No design editorial, uma foto pode ter a função de informar, emocionar, criar relação com o leitor, dar credibilidade a uma reportagem e reforçar o estilo da revista. A escolha de uma fotografia, a maneira como ela será editada, as escolhas de enquadramento e composição e até mesmo a paleta de cores são decisões que influenciam a experiência de leitura e a captação da mensagem (Caldwell; Zapaterra, 2014).

Publicações com forte apelo visual, como revistas de moda, comportamento e cultura pop, utilizam a fotografia editorial como ponto focal, tanto em capas quanto em ensaios internos (Caldwell; Zapaterra, 2014). A ideia principal da fotografia editorial é comunicar, e não vender. Ela traduz visualmente o conteúdo das matérias e reforça o discurso da publicação. Segundo Dondis (1997), a fotografia atua como



instrumento de construção de sentido, articulando composição¹⁸, luz¹⁹ e contraste²⁰ para direcionar o olhar do leitor. Frascara (2006), destaca que, no design editorial, a fotografia deve manter coerência com a linguagem visual da revista e com seu público-alvo, integrando-se à direção de arte e ao estilo gráfico.

Segundo Dondis (1997) uma fotografia pode cumprir múltiplas funções em revistas. Pode ser informativa, expressiva, estética e identitária. Informativa, quando comunica fatos e personagens; expressiva, quando desperta emoções; estética, quando contribui para o equilíbrio visual da página; e identitária, quando ajuda a definir o estilo e o público da publicação. Ela pode ainda assumir diferentes naturezas e intenções.

A fotografia, enquanto linguagem visual, pode se manifestar em diferentes tipos conforme sua intenção comunicativa e estética. A fotografia documental, por exemplo, busca um registro mais fiel da realidade, funcionando como uma espécie de testemunho visual de um acontecimento (Kossoy, 2001). Já as fotografias publicitária e editorial, são construídas a partir da direção de arte e da intencionalidade estética do conteúdo: a primeira com caráter persuasivo, e a segunda com uma função mais narrativa, ilustrando conceitos e conteúdos textuais (Ambrose; Harris, 2011). No contexto editorial, destacam-se também o retrato, que explora a individualidade e a expressão do sujeito (Dondis, 1997); a fotografia de moda, que utiliza o corpo e o vestuário como meio de comunicação simbólica; e o still life, que é a fotografia de representação de objetos e produtos com apelo estético (Samara, 2017). Por fim, a fotografia conceptual amplia o campo interpretativo da imagem, comunicando ideias e emoções de forma simbólica (Frascara, 2006). No design editorial, esses tipos de imagem fotográfica dialogam entre si, e com os outros elementos da página, para construir o discurso visual da

¹⁸ Composição é a ordenação visual dos elementos em um campo, de forma a gerar equilíbrio, tensão ou harmonia (Dondis, 1997).

¹⁹ A luz, na fotografia, é a matéria-prima da imagem fotográfica, determinando o tom e a expressividade da cena (Kossoy, 2001).

²⁰ Frascara (2006) observa que o uso intencional do contraste é o que confere legibilidade e emoção à mensagem visual.



publicação, traduzindo não apenas o conteúdo, mas também o espírito da época e o perfil do público leitor.

Na composição da página, fotografia e design formam uma unidade. Samara (2017) afirma que, dentro do layout, a fotografia funciona como eixo de atração do olhar, conduzindo a leitura e estabelecendo a hierarquia visual. A maneira como uma imagem é posicionada, seu tamanho e o espaço em branco ao redor, além da relação com os outros elementos da página, influenciam diretamente o ritmo da leitura. Na *Revista Capricho*, esse processo é evidente na edição de 2024 (Figura 31) com Bianca Andrade na capa. A fotografia apresenta a influencer em enquadramento frontal, sob iluminação suave e fundo neutro, revelando uma estética limpa e contemporânea. Kossoy (2001) explica que toda fotografia é um ato interpretativo: o enquadramento e a luz são decisões que traduzem o olhar de quem cria a imagem e o contexto de sua publicação. A opção por uma luz difusa e homogênea, nesse caso, contribui para criar uma atmosfera de naturalidade e transparência. A composição da capa é centrada e minimalista, reforçando o protagonismo da figura retratada, em combinação com a luz que destaca as feições de Bianca. Dondis (1997), afirma que o sentido nasce da relação entre os elementos, ou seja, a leitura desses componentes só é completa quando observados em conjunto, pois, no design editorial, nenhum elemento é lido de forma desconectada ou individual.

Figura 31: fotografia de Bianca Andrade para a *Revista Capricho*; capas da Revista Capricho com Bianca Andrade, dezembro de 2024.





Fonte: Jonathan Wolpert para a *Revista Capricho*, site da Capricho.

Na análise das edições da *Capricho*, as fotografias serão observadas a partir de critérios como composição, enquadramento e iluminação, considerando também o papel da imagem na construção do discurso visual da revista. Serão avaliadas a função comunicativa das fotografias (informativa, expressiva, estética e identitária), o modo como elas dialogam com o texto e com o público-alvo, e a forma como refletem o estilo e as tendências de cada época. Além disso, serão analisadas as fotos de capa e da matéria de capa, observando se há coerência entre as escolhas fotográficas e o posicionamento da marca *Capricho* ao longo das décadas.



4 METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza como um estudo de caso, que segundo Antônio Carlos Gil (2002, p. 54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados” . Os objetivos desse tipo de pesquisa são: explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos; preservar o caráter unitário do objeto estudado; descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; formular hipóteses ou desenvolver teorias; e explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (Gil, 2002, p. 54).

O objeto do estudo deste trabalho é a *Revista Capricho*, uma publicação da Editora Abril, voltada ao público adolescente feminino, que desempenhou um papel significativo na formação cultural, estética e comportamental de gerações de jovens no Brasil, debatendo assuntos como moda, comportamento e tabus de cada época com naturalidade, disseminando informação (Scalzo, 2011). Por meio da análise de algumas edições desta revista, pretende-se observar como o design e a visualidade impactam na produção jornalística.

Foram selecionadas para isso, quatro edições impressas da revista impressa, referentes aos anos de 1993, 2004, 2014 e 2024, com o intuito de compreender, também, a evolução das escolhas de design editorial ao longo dessas décadas. A escolha dos anos se deu pela possibilidade de realizar uma análise comparativa a partir de um recorte temporal de aproximadamente dez anos entre cada edição. Isso nos permite observar as transformações no projeto gráfico, na estética e na própria comunicação/linha editorial da revista, bem como sua relação com os contextos socioculturais de cada época.



As quatro edições foram adquiridas pela disponibilidade no mercado. A revista de 1993 foi um achado na coleção de antiguidades de um sebo²¹; a edição de 2004 também foi comprada em uma banca de antiguidades²²; a revista de 2014 foi comprada na internet, pelo Mercado Livre; e a edição de 2024 foi obtida diretamente em uma banca de jornais, em razão do recente retorno da Revista ao formato impresso. Diante da extensão do material e considerando a necessidade de uma análise aprofundada e comparativa, este trabalho optou por concentrar a análise em partes específicas de cada edição: a capa, o editorial, índice e a matéria de capa. Essas seções foram escolhidas por serem fixas nas revistas, ou seja, independente da edição todas elas possuem essas mesmas seções, e por concentrarem as principais decisões gráficas e editoriais que refletem a identidade visual da revista e sua proposta comunicacional, assim como as decisões de destaque que podem indicar uma conexão com o público-alvo.

A primeira etapa da pesquisa foi o levantamento bibliográfico que, segundo Gil (2002), pode ser compreendido como um processo que envolve as etapas de escolha do tema, levantamento bibliográfico preliminar, formulação do problema, elaboração do plano provisório de assunto, busca das fontes, leitura do material, fichamento, organização lógica do assunto e redação do texto. Isso foi feito considerando a necessidade de entender com profundidade os campos envolvidos (design editorial e jornalismo de revista), as especificidades da análise (elementos compositivos visuais) e a busca – a partir da pertinência da pesquisa – dos materiais de análise. No que se refere especificamente à análise, depois de selecionadas, as edições impressas, o procedimento metodológico adotado consistiu em adquirir das quatro edições, realizar uma leitura exploratória e uma observação detalhada das páginas, com foco nos aspectos visuais presentes nas seções escolhidas: capa, editorial e índice e a matéria de capa. Neste momento, o olhar estava direcionado exclusivamente para os elementos gráficos, não contemplando a análise do conteúdo textual em si.

²¹ Sebo Daniel Livros, localizado na rua 14 de julho em Campo Grande/MS.

²² Banca Central, Rua Marechal Rondon, esquina com a 14 de julho, em Campo Grande/MS.



Para guiar este trabalho e aprofundar as análises, as páginas selecionadas foram escaneadas para serem apresentadas aqui. A análise, apresentada a seguir, no Capítulo 5, adotou uma abordagem descritiva, interpretativa e comparativa, buscando não apenas descrever os elementos presentes, mas também interpretar seus significados e relações com o contexto sociocultural de cada época, levando em consideração os apontamentos feitos nos capítulos anteriores. Além disso, também buscamos comparar as quatro edições no intuito de compreender a evolução estética e editorial da publicação.



5 ANÁLISE DAS EDIÇÕES DA REVISTA CAPRICO

5.1. Revista Capricho (1993)

A revista Capricho de 1993 é o espelho de um cenário muito específico, tanto no Brasil quanto no mundo. Era uma década que começava a se consolidar como sinônimo de otimismo econômico, estabilidade social emergente e cultura jovem em transformação (Castro et al, 2009). Na cultura, a televisão ainda reinava, com programas como *Xou da Xuxa*, novelas, *Fantástico* e programas musicais ditando comportamentos. O rádio, as revistas e a *MTV Brasil* eram as fontes de informação, entretenimento e referências culturais mais populares entre os jovens (Palomino, 2024). A internet, nessa época, começava vagarosamente a fazer parte do imaginário popular.

A adolescência de 1993 era uma adolescência vivida nos espaços físicos como a escola, as praças, os clubes e as casas dos amigos. As referências de comportamento, moda e relacionamento vinham de figuras midiáticas, revistas e, principalmente, da socialização presencial (Haidt, 2024). Nesse contexto, a *Revista Capricho* não era apenas uma revista, mas uma espécie de manual de considerável parcela das adolescentes brasileiras. Era por meio dela que milhares de meninas acessavam informações sobre moda, beleza, relacionamentos, comportamento e sexualidade, sempre mediadas por uma narrativa leve, otimista e, muitas vezes, prescritiva (Scalzo, 2011).

Na capa da edição 01, de janeiro de 1993 (Figura 32), o logotipo da revista se apresenta em caixa alta, com uma tipografia sem serifa, hastes grossas em linha reta, na cor azul, ocupando toda a extensão de largura superior da página. A manchete principal da edição, é apresentada, logo abaixo do logotipo, com o título “NA BOA!”, sem nenhum outro complemento verbal. O título é, também, em uma tipografia reta e sem serifa, mais condensada que a do logotipo, com hastes um pouco menos espessas e está em caixa-alta, em preto com um sombreamento amarelo. As características visuais, tamanho e posicionamento do texto criam um impacto



considerável, que reflete uma linguagem direta, jovem e acessível, transmitindo informalidade e energia. As chamadas de capa secundárias, estão todas organizadas na parte inferior da página, na mesma lógica tipográfica: fonte sem serifa, caixa alta, cores vibrantes (amarelo sobre um preto-azulado da fotografia de fundo), mantendo uma sequência linear, com contraste suficiente para uma leitura fácil. A paleta de cores é composta por cores primárias e vibrantes/saturadas, como azul, amarelo e preto. É uma combinação que, de um modo geral, transmite energia, jovialidade e alto contraste visual, reforçando uma comunicação forte e objetiva.

Figura 32: capa da Revista Capricho de 1993.



Fonte: fotografia de capa da Revista Capricho, edição de 1993 - produção da autora.

A composição da capa tem poucos elementos, é objetiva e com bastante espaço livre, tem como elemento de destaque a fotografia, que ocupa o fundo da página, com a manchete e as chamadas de capa organizadas sobre ela, a primeira



na parte superior e a segunda na parte inferior, em um bloco de texto justificado. A hierarquia visual não é muito evidente, pois muitos elementos chamam a atenção, porém, os maiores destaques estão na parte superior: logotipo, manchete e imagem. Não há excesso de elementos gráficos, molduras, balões ou texturas. A organização e as características visuais garantem uma leitura relativamente rápida, com foco na mensagem que traz uma certa sensação de descontração e felicidade.

A fotografia traz a modelo Luana Piovani sorrindo, com o rosto levemente voltado para cima e para a direita, maquiada, em um cenário que remete ao verão, possivelmente uma prancha de surf sobre uma rede ou um material azul para representar (forçadamente) água. A modelo veste um maiô floral, usa tranças e laços no cabelo e está ajoelhada e com as mãos apoiadas sobre a prancha, transmitindo uma imagem de leveza, tranquilidade e feminilidade romântica. O enquadramento é recortado, com foco na modelo, à direita da cena, e pouco acesso ao contexto. A iluminação clara e natural reforça a ideia de juventude, frescor e bem-estar. É uma fotografia posada, típica dos ensaios editoriais segundo Ambrose e Harris (2011).

Martin Solomon (1990) afirma que a essência de uma cultura é reflexo dos objetos que se criam em determinados períodos de tempo, logo pode-se entender que o objeto de estudo desta monografia, a *Capricho*, pode ser compreendida como espelho da cultura em que é veiculada, em cada época. Scalzo (2011) afirma que o papel da revista não era apenas informativo, mas também educativo sobre como ser, como se vestir, como se comportar, como se relacionar, como se posicionar no mundo. Era um produto que oferecia às suas leitoras uma espécie de roteiro. Em um mundo pré-digital, onde as informações eram mais difíceis de serem acessadas e controladas, a revista funcionava, em alguma medida, como uma fonte confiável de acesso ao universo adolescente. Não havia uma sobrecarga constante de informações, e isso, paradoxalmente, refletia tanto uma vida mais simples quanto uma vida com menos espaço para a pluralidade de identidades (Scalzo, 2011).



Esta edição, portanto, não é apenas um registro gráfico de sua época, mas também a representação das expectativas sociais, estéticas e comportamentais, em especial, das adolescentes interessadas em revistas como a *Capricho*. A estética direta, organizada, refletia uma adolescência aparentemente também estruturada, com caminhos relativamente previsíveis e uma busca, sobretudo, pela aceitação social a partir do alcance de padrões definidos. Sempre que feito o recorte de gênero, classe, raça, sexualidade do público que consumia a revista.

O editorial desta edição (Figura 33) também segue a simplicidade comentada na capa. No canto esquerdo, se encontra a ficha técnica de produção da revista, o expediente, onde constam os nomes dos diretores do grupo Abril e da *Revista Capricho*, e as/os profissionais envolvidos na produção da revista, como editoras/es, fotógrafas/os, colaboradoras/es, secretárias/os, assistentes e demais colaboradores desta edição. Além dos nomes de responsáveis pela produção da revista, dispostos em uma listagem sequencial, linear, na vertical, com uma tipografia sem serifa, que varia entre negrito (destaques) e regular (textos gerais), aparece na parte superior e na inferior, a marca da Editora responsável pela publicação (em verde – cor principal da identidade visual), da revista (em vermelho – uma das cores da identidade visual) e do Grupo Abril – (em verde - cor principal da identidade visual), após uma linha de separação na cor preta. Todas essas informações são delimitadas por uma contorno retangular preto, que as agrupa no canto esquerdo da página.



Figura 33: editorial da Revista Capricho de 1993.



Fonte: fotografia de páginas da Revista Capricho, edição de 1993 - produção da autora.

Do lado direito do expediente, na parte superior, aparece uma caixa de cor laranja/salmão, sobreposta com um texto em branco “Diário da Redação”, que inicia a carta da diretora, na época, Mônica Figueiredo (Revista Capricho, 1993, p.3). Mônica abre esta edição com um texto sobre possibilidades para o novo ano. Em um tom amigável, ela dá conselhos, como uma irmã mais velha, para a adolescente que está abrindo a revista pela primeira vez naquele ano. “Vamos nos preparar, este ano, para crescer, para abrir a cabeça e o coração, soltar a imaginação (...) sonhar, acreditar que as coisas são possíveis se a gente estiver realmente comprometido com elas. **FELICIDADE É TALENTO. GENTE, É VOCAÇÃO!** Não caí do céu, não. Tem que batalhar. Boa sorte para você e um beijo gigante, enorme, imenso, doceano de um mundo.



■ Esta capa teve um sabor diferente para Luana Piovani. O fotógrafo que fez a foto é André Schiliró, o mesmo que fez as primeiras fotos dela. “Pois é, ele é ótimo, é um cara com ele de novo, ainda mais agora que estou com mais experiência”, diz. Ela acha o máximo se vestir de pin-up (veja mais na matéria “Garota eu vou para a Califórnia”). Adorei fazer esse personagem, nunca tinha pintado minhas unhas de vermelho”, conta. A modelo tem 1,70 m, é supergata, linda, e não é para menos: aos 16 anos, essa é a quarta capa que ela faz para a CAPRICO. E tem mais: adivinhe quem ela está namorando? O Gabriel Matarazzo — o menino da aveia Quacker. Garota de sorte...

Luana foi fotografada por André Schiliró com maio floral da Salinas. A prancha é da OP. Coordenação de Anália Spinardi, produção de Regina Moretti e Marina Ribeiro. O cabelo foi feito por Fabio Rodrigues e a maquiagem por Fernando Andrade.

3



Abaixo da carta de Mônica aparece outra caixa de cor laranja/salmão, sobreposta com um texto branco “A garota da capa”. Luana Piovani em um de seus trabalhos como modelo é apresentada às leitoras como uma garota de sorte. Este é seu quarto trabalho para a revista e ela conta sobre estar namorando o garoto propaganda da aveia *Quacker*. Além disso, ela conta como pintou suas unhas de vermelho pela primeira vez aos 16 anos para estrelar essa capa da *Capricho*. Toda a descrição, a escolha das palavras e a foto escolhida para acompanhar o texto de Luana, tem um ar de ingenuidade e juventude. Logo abaixo, separada por uma linha fina preta, há a indicação de quais peças de roupa a modelo usou nas fotos, quem a fotografou e quem a arrumou.

As tipografias da parte interna da revista são serifadas, o que cria uma percepção de linearidade entre as linhas, tendo o texto da editora a aplicação de itálico²³, o que reforça a ideia de humanidade e até de intimidade com as adolescentes. Outro ponto que indica essa intenção de proximidade é a assinatura, que presumimos ser a assinatura pessoal, da diretora, em letra manuscrita, com características diferentes de tipografias computadorizadas e, portanto, possivelmente, por conta da época, uma digitalização da assinatura real de Mônica. Esse toque dá um ar de carta endereçada feita à mão, de amiga para amiga.

Além do texto verbal em tipografias variadas, a página contém uma ilustração de quatro planetas Terra, em estilo vetorial, com traços geométricos (círculo) e orgânicos (países). Trata-se de uma ilustração com função decorativa, segundo a definição de Ambrose e Harris (2011), pois, sem a pretensão de ser extremamente fiel à geografia do planeta, representa uma parte importante para o texto de abertura da edição. A ilustração remete ao trecho em que Mônica afirma que é nossa obrigação melhorar, e por consequência, melhorar o mundo à nossa volta. Junto do texto sobre Luana Piovani, é apresentada uma fotografia de moda no ensaio editorial da modelo para a revista. A foto aparece como um complemento da capa, inclusive,

²³ Durante muito tempo o itálico foi usado para indicar falas pessoais e/ou textos informais, uma fala, citação ou pensamento de alguém, pois ele aparece, em sua origem, como uma imitação da escrita a mão (VELASCO, 2019)



explica um pouco melhor, visualmente, o material que, aparentemente, representa a água: uma sobreposição de tecidos azuis escuros. A foto apresenta um enquadramento que centraliza os elementos principais, modelo e coqueiro, e recorta o entorno, tecidos/água. Luana aparece de frente, em um cenário montado para representar o verão, um espaço tropical, com um maiô azul escuro, descrito na linha fina abaixo, e com as unhas vermelhas mencionadas por ela. Luana posa para a foto sorrindo, com os cabelos soltos, ao lado de um coqueiro, demonstrando a felicidade de estar fazendo mais uma capa para a Revista.

As cores nessa página são dessaturadas (é importante compreender também o desgaste do material impresso). O vermelho que acompanha os títulos é desbotado e quase se assemelha a um alaranjado/salmão. As ilustrações dos Planetas Terra também estão em um azul e verde claros. O ponto de cor mais intenso é a foto de Luana que utiliza um azul escuro/royal mais forte em sua composição. Há um bom aproveitamento do espaço em branco, com bastante espaço entre os grupos de informação, e a hierarquia visual é reforçada pelas imagens, cores e tipografias.

O sumário/índice (Figura 34) da edição, reflete o estilo visual adotado pela publicação no início da década de 1990, período marcado por uma estética jovem, vibrante e divertida (Palomino, 2024). A paleta de cores é composta por tons vivos de azul, vermelho, laranja/salmão, verde escuro e claro, amarelo e roxo, que criam uma atmosfera de energia e descontração, reforçada pelos elementos complementares, bolas de praia sois, peixes, etc. O uso de cores contrastantes para diferenciar seções, como o vermelho em “Comportamento”, o verde em “Gente” e o amarelo em “Férias na Boa”, facilita a navegação pela dupla de páginas e confere ritmo à composição, enquanto o fundo branco garante respiro e leitabilidade. As cores, portanto, cumprem uma função expressiva, transmitindo leveza, profusão/alegria e espontaneidade.



Figura 34: sumário da Revista Capricho de 1993.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 1993 - produção da autora.

A tipografia desempenha papel fundamental nessa construção visual. O título "janeiro 93", escrito em uma fonte manuscrita, com hastes grossas e irregulares, confere um tom pessoal e descontraído à composição, aproximando a linguagem gráfica do estilo de um diário adolescente. Já os títulos das seções, utilizam fontes sem serifa, em caixa alta e inseridas em blocos coloridos, seguindo a tendência editorial dos anos 1990 de criar hierarquia visual e organização de leitura sem perder o dinamismo. Os números de página aparecem destacados em círculos coloridos, repetindo a cor do título, e a tipografia variada dos textos corridos, parte em negrito, parte em regular, reforçam o aspecto lúdico da diagramação. Essa combinação entre fontes manuscritas e geométricas equilibra autenticidade e modernidade, algo que a *Capricho* buscava para comunicar e que construiu uma identidade visual próxima das leitoras adolescentes.

No âmbito imagético, há uma combinação de fotografias e ilustrações, coloridas e estrategicamente recortadas e posicionadas, aplicadas sobre o fundo



branco para criar uma sensação de movimento e dinamismo. As imagens apresentam personagens jovens, rostos sorridentes e poses naturais, frequentemente em ambientes claros e ensolarados, o que reforça a sensação de leveza e bem-estar. Ao retratar artistas e modelos conhecidos, a revista estimulava tanto a identificação quanto a admiração, posicionando essas figuras como espelhos e referências aspiracionais para suas leitoras. Os elementos gráficos, como os sóis em amarelo e o ventilador e os peixes que atravessam a base da página desenhados em azul, complementam a composição com um tom divertido e sazonal, remetendo ao verão e à ideia de descanso e prazer. Esses ícones simples, como das carinhas de sol ao lado de títulos, reforçam o caráter divertido e ensolarado da edição.

Em conjunto, todos esses elementos constroem uma identidade visual coerente com o propósito da revista naquele período: se estabelecer como um espaço leve, acolhedor e otimista para o público adolescente feminino. O design do sumário, em especial, vai um pouco além da função organizacional deste item, atuando como um mediador simbólico, uma peça visual que propõe o tom da leitura/acesso da edição; comunicando valores de juventude, liberdade e pertencimento que marcaram a linguagem editorial da *Capricho* nos anos 1990.

A matéria de capa desta edição (Figura 35) é um editorial de moda com maiôs e biquínis que seriam tendência no verão de 1993. Há pouca informação textual e muitas fotografias produzidas durante o ensaio de Luana, que aparece no início da edição. As fotos seguem a mesma atmosfera descontraída apresentada na capa, reforçando o imaginário do verão e da juventude feminina. A composição é organizada em duplas de página, com fotografias ocupando uma página inteira e textos dispostos sobre as imagens. O destaque está nas fotos e nas representações das roupas de banho.



Figura 35: matéria de capa da *Revista Capricho* de 2003.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 1993 - produção da autora.



A tipografia utilizada mantém a coerência com a capa: letras arredondadas, sem serifa, em tonalidade azul-clara, reforçando a identidade jovial da publicação. Nesse caso, o uso do azul em títulos e subtítulos (como “Garota, eu vou pra Califórnia” e “O meu destino é ser star”) não apenas harmoniza com o cenário de verão, mas também atua como marcador temático, remetendo ao céu, ao mar e ao frescor da estação e a músicas cantadas por Lulu Santos, que fizeram sucesso em meados/final dos anos 1980.

As fotografias, assinadas por André Schiliró, são posadas e cuidadosamente dirigidas, típicas do ensaio editorial (Ambrose; Harris, 2011). A modelo aparece em diferentes composições, sempre com expressão alegre e corpo projetado, em poses que enfatizam o movimento e a feminilidade. O enquadramento privilegia o corpo e o figurino da modelo, e o cenário é reduzido a elementos simbólicos, como tecidos e outros objetos, que sugerem verão, praia ou piscina. A iluminação aberta (difusa), de aspecto natural, reforça a sensação de energia, bem-estar e juventude. A fotografia editorial busca encenar os conceitos visuais, nesse caso o da “garota de verão”, livre, confiante e estilosa (Ambrose; Harris, 2011). Do ponto de vista cromático, as imagens são marcadas por tons quentes e contrastes “suaves” entre as tonalidades; a pele bronzeada da modelo destaca-se sobre fundos brancos e azuis metálicos. Nesse cenário, ela cumpre a função de criar uma atmosfera otimista, solar e vibrante.

5.2 Revista *Capricho* (2004)

O Brasil de 2004 vivia uma fase de otimismo econômico, avanço tecnológico e transformação sociocultural (Palomino, 2024). As primeiras experiências digitais já faziam parte da vida dos adolescentes: o *Orkut* estava nascendo, o *MSN Messenger* era uma conhecida plataforma de comunicação entre os jovens, os blogs se consolidavam como espaços de expressão pessoal e o acesso à internet discada crescia progressivamente (Haidt, 2024). No entanto, a vida ainda era



essencialmente híbrida: o mundo offline tinha tanto peso quanto o online. A adolescência de 2004 se construía nas saídas com os amigos, nas conversas na escola e, cada vez mais, nas primeiras interações virtuais, que carregavam um certo fascínio, mistério e novidade (Haidt, 2024), influenciada pela globalização cultural, pela consolidação da internet e pelo surgimento de uma estética midiática fortemente ligada ao consumo e à visibilidade. A televisão ainda desempenhava papel central na formação de imaginários coletivos, especialmente através de programas como *Malhação*, *Big Brother Brasil* e *Domingão do Faustão*, que popularizaram modelos de comportamento e estética juvenil. Segundo Palomino (2024), a cultura pop dos anos 2000, no Brasil, consolidou um mercado adolescente em expansão, atravessado por referências globais, música pop e estética das marcas. A moda, a música e o entretenimento se tornaram linguagens de expressão identitária, fenômeno que a *Capricho* soube traduzir visualmente em suas páginas.

A edição de 2004 não apenas informava, mas traduzia a experiência de ser adolescente em um mundo conectado, midiático e em transição. Suas páginas funcionavam como espelho e roteiro: um espaço simbólico onde comportamento, moda e emoções eram apresentados sob o mesmo código visual pop, dinâmico e aspiracional (Palomino, 2024). A capa desta revista (Figura 36), traz uma fotografia dos atores Juliana Didone e Guilherme Berenguer, protagonistas do seriado *Malhação*, em um ensaio editorial, descontraído. A maneira como os atores foram fotografados, com o olhar para a câmera, estabelece uma conexão mais direta com o público, um recurso comum nas capas da *Capricho* e que funciona como uma ponte afetiva entre a leitora e as celebridades. Segundo Susan Sontag (2004), o ato de encarar a câmera sugere cumplicidade e reconhecimento, pois nos mostra que o modelo não é um objeto distante, mas alguém que nos devolve o olhar, convidando à identificação. A composição é vertical, com cores vibrantes e destaque para tons de rosa, transmitindo uma perspectiva jovial para a página.



Figura 36: capa da Revista Capricho de 2004.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2004 - produção da autora.

O logotipo da *Capricho* aparece em um tom de rosa vibrante, com efeito de volume e contorno, remetendo diretamente à estética pop da época, divertida, jovem, chamativa e levemente exagerada (Palomino, 2024). As chamadas de capa são feitas em diversas tipografias: fontes humanistas, manuscritas (como a da palavra “Malhação”), simulando caneta ou assinatura, que trazem um efeito de pessoalidade e aproximação. Tipografias sem serifa, em negrito e condensadas, em caixa alta, quando usadas para destaque, tipografias serifadas, mais finas, usadas em subtítulos, criando variação visual e dinamismo. Essa combinação múltipla reflete uma estética maximalista, típica dos anos 2000 (Palomino, 2024), que valoriza o excesso de informação, o movimento e o impacto visual.



Há uma hierarquia visual evidente, porém, fragmentada. O logotipo ocupa o topo da página e a manchete principal se destaca no centro, com uma tipografia diferente e colorida sobre a fotografia, também centralizada, das celebridades. As chamadas de página são visivelmente secundárias, nas laterais. A foto dos dois atores da novela *Malhação* exala espontaneidade, humor e conexão. A garota sorri com expressão divertida e descontraída, e o garoto também sorri, transmitindo cumplicidade, juventude e leveza. Os corpos são recortados do contexto. Não há presença de molduras, texturas ou elementos gráficos adicionais. O foco é mantido na fotografia e nas cores intensas. O espaço é inteiramente preenchido, sem áreas em branco significativas, o que reforça a sensação de profusão, dinamismo e jovialidade.

O índice da revista (Figura 37) segue o mesmo esquema visual da capa: variedade de elementos, dispostos de maneira dinâmica, com linhas sobrepostas, que indicam/direcionam o olhar para cada uma das seções apresentadas na capa, simulando anotações manuais, rabiscos e marcações. Tudo isso remete ao universo escolar, dos cadernos e da vida adolescente. O fundo verde-limão vibrante, em contraste com o rosa-pink das chamadas e o uso de fontes manuscritas, traduz visualmente, esse espírito irreverente e colorido que caracterizava a revista nesse momento (Scalzo, 2011). As tipografias utilizadas no índice são de dois estilos diferentes: o primeiro humanista, *handmade*, imitando a escrita feita à mão, na indicação da editoria, no endereço do site e no campo “esta *Capricho* é da...”. As outras tipografias da página são sem serifa, modernas, regulares ou em negrito para destaque. No campo “no site” é possível perceber os indícios da migração para o digital. Nessa época o blog da *Capricho* funcionava como um complemento à edição impressa, ou seja, uma não excluía a outra (Scalzo, 2011). A capa é reproduzida, em miniatura, na parte superior central, destacando a localização de cada conteúdo no miolo da edição. As linhas sobrepostas guiam o/a leitor/a pela publicação. O uso de fontes manuscritas e da linguagem informal aproximam a visualidade do estilo pessoal das adolescentes, remetendo ao universo dos diários e agendas. Essa



estética “*handmade*” era uma tendência forte no design dos anos 2000, valorizando o aspecto emocional e personalizado (Zeegen, 2005).

Figura 37: sumário da Revista *Capricho* de 2004.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2004 - produção da autora.

A disposição das seções “Beleza”, “Comida”, “Diário”, “Estilo”, “Signos” e “Sexo”, mostra a segmentação temática voltada à formação identitária da leitora. Scalzo (2011), relata que as revistas femininas adolescentes desse período passaram a articular conteúdos de comportamento e sexualidade com leveza e humor, criando um equilíbrio entre o informativo e o confessional.

A seção de editorial (Figura 38), nesta edição, passa a ser chamada de Diário (na edição de 1993 era chamada diário de redação). A diagramação é estruturada, com destaque para o texto verbal.



Figura 38: editorial da Revista Capricho de 2004.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2004 - produção da autora.

A tipografia é moderna, sem serifa, mistura diferentes pesos e cores, uma hierarquia visual tradicional – maior destaque no canto superior esquerdo. O título da seção, “Diário”, aparece com a mesma tipografia humanista, *handmade*, do “Índice”. O título da matéria, “Área privativa”, é apresentado em tamanho maior que o corpo do texto, em azul (aparente cor da seção), com contraste suficiente. O uso de trechos em negrito, colorido, guia o olhar e enfatiza os pontos de reflexão, apostando na fragmentação e no dinamismo da leitura. A paleta de cores segue tons de azul e rosa, frequentemente associados à suavidade e à feminilidade. Esses tons podem ter sido usados para criar uma atmosfera acolhedora, que traduz a ideia de espaço íntimo e pessoal, coerente com o nome da seção e com o tema abordado - sexualidade. A ilustração, mostra uma garota com o dedo sobre a boca, num gesto



indicativo de silêncio, remetendo à ideia de confidencialidade, segredos e intimidade, o que reforça o tom pessoal, confessional e cúmplice da revista. A ilustração tem estilo handmade, com traços que remetem ao cartoon: contornos grossos, proporções levemente caricatas e cores chapadas, características amplamente difundidas na cultura visual juvenil da época (Zeegen, 2005).

Além do aspecto estético, o conteúdo reflete a função social e formativa da *Capricho*. O texto, assinado pela diretora de redação, trata da descoberta da sexualidade com leveza e humor, buscando naturalizar um assunto considerado tabu entre adolescentes e suas famílias. O design, ao adotar uma estrutura tradicional, complementada por elementos amigáveis e acolhedores, contribui para suavizar o tema, tornando-o mais acessível e convidativo. A presença da assinatura pessoal da editora - provavelmente digitalizado - e da frase final de Oscar Wilde, reforçam o caráter confessional da página, simulando o tom de uma conversa entre amigas. Vemos novamente a presença do site da *Revista Capricho* endereçado, abaixo, como um complemento da leitura; além de um texto na lateral sobre a nova integrante da redação. Esse fato contado para as leitoras tem o objetivo de informá-las dos bastidores da revista, e é feito com uma linguagem acessível - como se uma amiga te contasse uma novidade.

A matéria principal (Figura 39), celebra os nove anos da novela *Malhação*, seriado jovem de maior audiência no país, segundo a revista (Capricho, 2004). A abertura de matéria utiliza uma ilustração sangrada, em página dupla, representando os atores e atrizes que estrelam a temporada daquele ano, em um cenário de praia e sol, com diversas cores saturadas. O título escolhido para a apresentação do especial na capa, volta a aparecer nessa abertura, posicionado no canto superior esquerdo, na cor amarela com contorno preto. Abaixo, um indicativo de que se trata de um conteúdo especial (em maiúscula, tipografia sem serifa, em preto). O texto de entrada, uma espécie de linha fina do conteúdo especial, fica logo abaixo, em preto, iniciado com uma capitular também em amarelo. A tipografia é sem serifa, moderna



e parece estar em negrito (com uma espessura, e, portanto, um peso maior que nas outras páginas).

Figura 39: Matéria de capa da Revista Capricho de 2004.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2004 - produção da autora.

Na sequência, há outra página dupla, dessa vez com uma fotografia sangrada, um título, uma linha fina e um início de texto corrido. Aqui, Juliana Didone e Guilherme Berenguer aparecem novamente em foto posada, em um enquadramento mais próximo (da cintura para cima, com parte da cabeça cortada). O uso da fotografia em relação com a ilustração é, segundo Ambrose e Harris (2011), uma das principais tendências do design nos anos 2000, especialmente em revistas jovens, por expressar dinamismo e identidade visual contemporânea. O



título da seção, uma espécie de logotipo do conteúdo especial, aparece novamente no canto superior esquerdo, onde comumente está o cabeçalho, com a indicação de editoria. O texto corrido inicia outra vez com uma capitular, agora na cor rosa, e mantém a tipografia sem serifa. O título e a linha-fina aparecem na base da página da direita, em branco, sobre a imagem de fundo, causando um certa estranheza. A tipografia utilizada também é sem serifa, moderna e regular. A página da esquerda apresenta muito mais peso visual que a da direita, não só pelo posicionamento dos elementos, como também pela própria posição do corpo da modelo.

Na última página da matéria de capa, há um equilíbrio maior entre texto verbal e imagens fotográficas. A tipografia segue o padrão das páginas anteriores e a combinação de cores (azul, rosa, preto e branco) se mantém. Há variação de cores e pesos em alguns textos, para evidenciar subtítulos e os horários do diário de gravações que Juliana Didone escreveu para a revista. O texto corrido é apresentado em dois blocos de duas colunas, um entre imagens e o outro, como se fosse um box de informação complementar. Uma sequência vertical de fotografias, feitas pela própria atriz, aparece no canto esquerdo da página, como uma representação dos dias de gravação. Podemos notar que as fotos são feitas de forma amadora pela diferença de aspectos técnicos nessas fotos em comparação às fotos do ensaio editorial anterior. A iluminação com flash feita muito perto do objeto/pessoa fotografado/a promove uma dominância do branco que apaga nuances de cor - o que chamamos de flash estourado (Langford, 2010). O enquadramento das fotos e qualidade da imagem também demonstram essa diferença entre as fotos da seção “diário de Juliana” e do editorial. No canto direito, vemos mais uma foto do editorial, cortada, apenas com a visualização de Juliana, a coluna de textos da direita contorna a imagem fotográfica, que reforça a paleta cromática do material.



5.3. Revista Capricho (2014)

A edição da *Revista Capricho* de setembro de 2014 reflete um momento de transição cultural e midiática no Brasil e no mundo, marcado pela consolidação das redes sociais digitais como espaços de sociabilidade e consumo simbólico entre os jovens (Haidt, 2024). De acordo com Santaella (2013), a cultura contemporânea passa a ser fortemente influenciada pela lógica da conectividade e da interação, em que os sujeitos se constituem e se reconhecem por meio da visibilidade nas redes. Nesse contexto, a juventude dos anos 2010 experimentava novas formas de expressão identitária e pertencimento (Haidt, 2024).

Esses fatores provocam mudanças significativas no design editorial das revistas juvenis. Como explicam Caldwell e Zappaterra (2014), o design editorial passa a adotar recursos visuais que simulam a linguagem digital, observando o impresso como um objeto simbólico, que condensa a estética das telas e dos *feeds*. A *Capricho*, publicação que historicamente acompanhou o comportamento das adolescentes brasileiras, se reposiciona nesta década, para dialogar com um público que cresceu no ambiente digital. Assim, por causa da nova realidade da indústria, a editora Abril transforma a revista impressa em uma publicação mensal, complementada por diversas plataformas digitais (Meio e Mensagem, 2014).

A capa desta edição (Figura 40), estrelada por Miley Cyrus, é marcada por uma alteração de uso de imagens, importante de ser pontuada: Brenda Fucuta, editora-chefe da *Capricho* na época, passa a utilizar fotos de celebridades ao invés de realizar ensaios editoriais (Scalzo, 2011). A decisão vai ao encontro da crescente internacionalização dos ídolos *teens* e dos ajustes de orçamento das revistas impressas. Nesta capa, a fotografia, em plano médio, mostra a artista sentada, sorridente, em pose descontraída. O *look* é moderno, composto por saia tule vermelha e volumosa, blusa preta e sapatos de salto alto na mesma cor da saia. O cenário de fundo é escuro, aparentemente urbano (uma escada de concreto), iluminado por um letreiro de néon rosa do logotipo da revista. O logotipo, aqui, faz parte do cenário e se torna um elemento de iluminação de fundo/por trás da figura



da cantora. A composição é centralizada, mas assimétrica, com Miley no centro, rodeada pelas chamadas de capa, distribuídas nas margens esquerda superior e direita. Esse contorno da imagem reforça o contato visual direto com o/a leitor/a, ela sorri e se inclina levemente para frente, gesto que cria proximidade e atração.

Figura 40: capa da Revista Capricho de 2014.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2014 - produção da autora.

O logotipo está diferente. Antes era uma tipografia sem serifa, moderna, de linhas retas e estruturadas e agora aparece com adornos e conectores entre as letras. Foi redesenhado, e a reformulação optou por uma tipografia, manuscrita, personalizada, criada por Miguel Sanches, Paulo Cabral e Alceu Chiesorin Nunes (Figura 41) (Nunes, 2014).



Figura 41: processo de elaboração do novo logotipo da *Capricho*.



Fonte: Alceu Chiesorin Nunes, Behance.

O título principal combina tipografias diferentes: a palavra “Especial” é apresentada em tipografia cursiva e o complemento “15 anos”, com uma tipografia retrô mais geométrica, iluminada, simulando um néon rosa e vermelho, em conjunto com o logotipo. Essa escolha dialoga com o cenário e reforça a ideia de brilho, festa e *glamour*, conceitos associados à temática adolescente e às comemorações de debutante, que é foco desta edição. As chamadas secundárias estão alinhadas às laterais, escritas em tipografia sem serifa, em branco e rosa, e a variação de peso (negrito e regular) facilita o entendimento da diferença de texto e da hierarquia visual. A paleta cromática é composta majoritariamente por tons de branco, rosa, vermelho e preto/cinza, que, combinados, criam contraste e ritmo visual. O uso de luz artificial e de brilho confere sofisticação e contemporaneidade, característica das produções editoriais da década de 2010, que buscavam unir estética digital e *glamour pop* (Palomino, 2024).

O sumário da edição de 2014 da *Capricho* (Figura 42) reflete uma diagramação dinâmica, apoiada na sobreposição de imagens fotográficas e textos indicativos do conteúdo, predominantemente visual, em que a fotografia e a tipografia se integram de forma fluida para guiar o olhar da leitora. A página está dividida em três grandes blocos de informação, que conectam imagens e textos de



maneira descontraída, sem muitas regras de posicionamento, indicando uma composição mais atualizada e menos tradicional/repetitiva. Todas as tipografias são serifadas e os estilos variam de acordo com a função de cada tipo de texto: numeração de página dos destaques, em tamanho exagerado sobre a imagem, lista de conteúdo em sequência, dividida em três colunas com os números de página em rosa, títulos em negrito e textos complementares em regular, o que estabelece uma hierarquia visual tradicional e linear.

Figura 42: Sumário da Revista *Capricho* de 2014.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2014 - produção da autora.

Apesar de manter algumas características comuns à organização tradicional, que facilitam a identificação e a leitura dos conteúdos, a escolha por uma diagramação fragmentada e assimétrica segue as tendências do design de revistas dos anos 2010, quando, conforme apontam Caldwell e Zappaterra (2014), o objetivo passa a ser encorajar o olhar a se mover pelo conteúdo, mais do que ditar uma leitura linear. O sumário da *Capricho* traduz isso ao utilizar fotografias de grande



porte, sangradas, e números ampliados que sinalizam os conteúdos de destaque da edição (páginas, 16, 46 e 66), substituindo o modelo tradicional de listagem sequencial.

O editorial (Figura 43), por sua vez, repete essa estética do sumário e apresenta a mesma lógica de sobreposição de texto e imagens. São usados três tipografias diferentes: uma humanista, serifada para os números, outra humanista, serifada e em tamanho menor para os textos descritivos/legendas e ainda mais uma, com serifas mais espessas, em caixa alta, para evidenciar as seções da revista. Essa combinação favorece tanto a legibilidade quanto a diferenciação hierárquica (Lupton, 2010). E se repete em toda a edição, promovendo unidade visual e coesão entre as páginas. A paleta cromática continua com os tons de rosa, branco e preto, e também se repete no restante da revista, o que evidencia a consistência visual desta edição, focada nas possibilidades de comemoração dos 15 anos de idade das leitoras – “Você, debutante”.

Figura 43: editorial da Revista Capricho de 2014.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2014 - produção da autora.



O editorial desta edição inicia com uma afirmação positiva e entusiasmada: “Oba! As festas de 15 estão super em alta”. O que marca o tom celebrativo e empático da publicação. Esse tipo de abertura é comum no discurso editorial da *Capricho*, cuja proposta é falar com a leitora, e não para a leitora, utilizando uma linguagem acessível e emocionalmente envolvente (Scalzo, 2011). Visualmente, ele se estrutura em uma composição híbrida de imagens fotográficas de estilo editorial documental e retrato, ilustrações *handmade* em aquarela e diferentes tipos de texto e tipografias. A diagramação apresenta várias fotos pequenas, dispostas em tamanhos e formas irregulares, mostrando os bastidores de ensaios, cenas de desfiles e momentos espontâneos da equipe, entre outros. A tipografia é a mesma do sumário, salvo na assinatura pessoal da editora-chefe, Tatiana Schibuola, que agora assina a seção de outro nome : “oi da editora”.

A abertura da matéria de capa (Figura 44) é realizada em uma página dupla, marcada por uma organização que apresenta à esquerda, o título, ocupando mais da metade da página, com letras em caixa baixa e textura aquarelada. A tipografia é serifada, em tons de roxo e rosa. No topo, a indicação de editoria à esquerda é feita com a tipografia padrão da revista e à direita, com parte sobre a página da direita, aparece um *splash* de tinta/aquarela, nas mesmas cores do título, que reforça a conexão entre as páginas e a característica manual, artística da abertura. Abaixo do título, a linha fina alinhada à esquerda, com tipografia serifada, é maior que a tipografia do texto corrido, que inicia com uma capitular, com características similares ao título. O texto corrido se divide em duas colunas, alinhadas à esquerda, sem justificar – algo incomum em páginas tradicionais impressas (geralmente justificadas). Na página oposta, a fotografia de Miley Cyrus, em *close-up*, assume o protagonismo absoluto. A iluminação intensa destaca o brilho da pele e dos lábios vermelhos, criando um contraste com o fundo claro. A pose - cabeça levemente inclinada para a direita, com olhar e expressão confiantes - é típica da fotografia editorial de retrato, como aquela em que a estética é moldada para traduzir a personalidade e o discurso da figura retratada, não apenas sua aparência física



(Ambrose e Harris, 2011). A foto, ainda, possui uma moldura preta, com marcadores tipográficos (KODAK PHOTOGRAPH), que remetem à fotografia analógica, um reforço à manualidade do título.

Figura 44: matéria de capa da *Revista Capricho* de 2014.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2014 - produção da autora.

A paleta de cores da matéria é dominada por tons de rosa, lilás, violeta e vermelho, acompanhando a paleta de cores da capa e do sumário. A tipografia, em caixa alta e serifada no título, contrasta com o corpo de texto menor e mais simples,



sugerindo uma hierarquia visual evidente. Sobre a foto, na terceira página da matéria, outro *splash* de aquarela e a mesma moldura preta, conectam a página à dupla de páginas anterior, e sobre ela há uma declaração da cantora retratada, indicando a força feminina. Essa força está relacionada à vestimenta e à pose da foto ao fundo. A quarta página apresenta a entrevista, em ping-pong, concedida à revista. Para diferenciar a fala da entrevistadora e de Miley são usadas cores e pesos tipográficos diferentes. O rodapé apresenta imagens fotográficas em sequência, sobrepostas por legendas explicativas, com os “5 momentos mais incríveis da Bangerz Tour” - turnê musical realizada pela cantora em 2014.

5.4 Revista Capricho (2024)

A edição de dezembro de 2024 da *Revista Capricho* marca um momento simbólico da publicação. Após uma década atuando exclusivamente no ambiente digital, a revista retorna ao formato impresso em edições semestrais, um movimento que reflete não apenas a nostalgia pelo impresso, mas uma nova forma de mediação da cultura juvenil em um contexto hiper conectado. Segundo a Revista *Meio e Mensagem* (2024), Andréa Martinelli, editora-chefe da *Capricho*, afirma que esse retorno ao impresso acompanha um reposicionamento editorial com base no conceito “Manifeste, desobedeça, seja você”. O discurso da editora revela a consciência de que a juventude contemporânea vive em um ambiente saturado de imagens, algoritmos e expectativas de performance digital - e que a *Capricho* se propõe a oferecer “outra perspectiva”.

No plano social, a juventude brasileira de 2024 está inserida em um contexto de pluralização de identidades, consumo cultural mediado por redes sociais e fortalecimento das pautas de diversidade, representatividade e empreendedorismo juvenil (Palomino, 2024). A edição da *Capricho* reflete esse cenário ao escolher para capa a influenciadora e empresária Bianca Andrade, que simboliza, por sua trajetória



e visibilidade, o protagonismo feminino jovem, a convergência entre mídia digital e marca pessoal, e a mobilidade sociocultural ascendente (Palomino, 2024).

Esta edição foi veiculada com três capas diferentes (duas delas apresentadas no item sobre a fotografia, página 71). Aqui, analisaremos a capa abaixo (Figura 45), pois é a versão que foi adquirida para o trabalho. A fotografia de fundo, sangrada, é um retrato posado, típico das produções editoriais contemporâneas (Ambrose; Harris, 2011), porém, com uma estética inspirada na cultura de influenciadores. Bianca não encara a câmera de forma direta, o enquadramento em close-up centraliza o olhar e a pose com a mão enluvada em rosa-choque, cobre, parcialmente, o rosto da influenciadora, criando um gesto de mistério. A iluminação frontal e o fundo neutro destacam a textura do tecido de veludo, compondo uma imagem nítida e sofisticada.

Figura 45: capa da Revista Capricho de 2024.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2024 - produção da autora.



Em comparação, é a capa mais limpa, com menor quantidade de elementos, analisada. A edição mantém o logotipo em tipografia personalizada, já consolidado como parte da identidade visual da marca desde 2014, aqui, sobre a cabeça da personagem. A cor branca e o estilo vazado, remetem a importância da revista em contraponto com a personagem. As chamadas de capa estão em tipografias sem serifa, modernas, com variação de peso e cor, para diferenciação de hierarquia. O nome da influenciadora aparece em caixa alta, negrito, centralizado e em branco, acima da linha-fina “E a sede de independência” em minúscula e com tipografia light, para revelar o direcionamento temático do conteúdo.

As chamadas da capa revelam a pluralidade temática da *Capricho* 2024, que equilibra assuntos de comportamento, beleza e política. Conforme a editora-chefe Andréa Martinelli, a revista busca trazer discussões reais sobre o que é ser jovem em 2024: sem rótulos e sem medo de errar. Essa fala sintetiza o espírito da capa: autenticidade e autonomia feminina, comunicadas por meio de uma linguagem visual assertiva. A frase “Agora impressa do jeito que você pediu” aparece como um adesivo, um *sticker* para usar a lógica de redes sociais como o whatsapp, por exemplo, sobre o logotipo, reforçando a ideia de que a *Capricho* ouve suas leitoras. Outro “adesivo”, na capa, apresenta a marca patrocinadora, Seda – algo bem incomum em capas de revista.

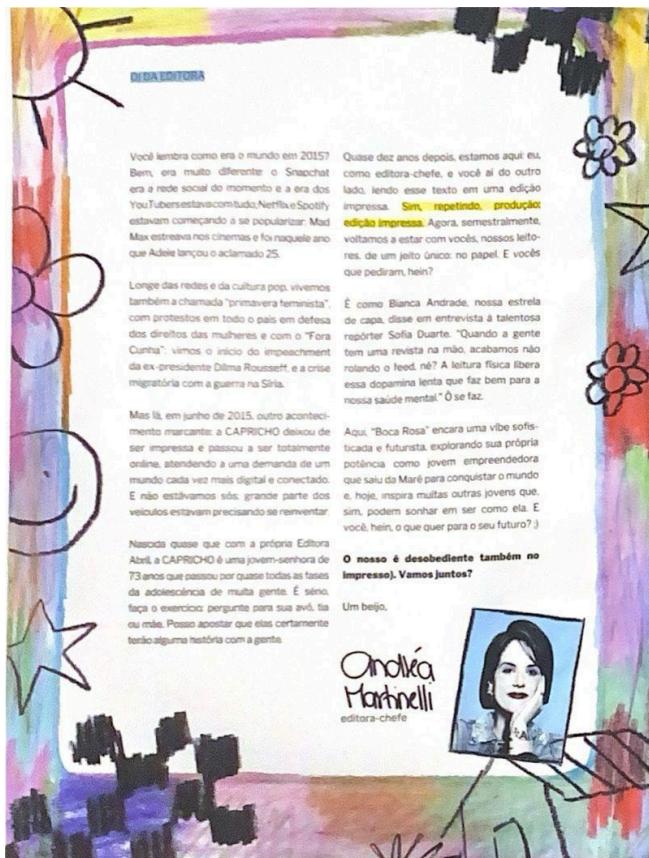
O editorial, assinado por Andréa Martinelli, (Figura 46) começa retomando a história da revista. “Vocês têm noção de como era o mundo em 2015? Quase dez anos depois, estamos aqui eu, você e a *Capricho*” (*Capricho*, 2024, p. 4). Essa frase de abertura estabelece uma ponte direta entre passado e presente, destacando o caráter nostálgico e comunitário da nova fase. O editorial apresenta um texto corrido em duas colunas, contornado por um fundo ilustrado no estilo *handmade/childlike*, com estrelas e flores em estilo *doodle*²⁴, remetendo a uma estética de caderno

²⁴ Doodles são desenhos simples, espontâneos e geralmente feitos de maneira intuitiva, sem planejamento prévio, frequentemente associadas ao universo jovem por seu caráter lúdico, expressivo e personalizado. No contexto visual contemporâneo, os doodles funcionam como elementos estéticos que comunicam informalidade, criatividade e proximidade com o leitor (Heller; Arment, 2011).



adolescente. O retrato da editora, inclusive, aparece ilustrado em um pequeno box azul, com contorno preto, ao lado de sua assinatura pessoal – diferente da apresentação das outras edições analisadas, todas fotográficas. A tipografia do editorial é sem serifa, moderna, sem variação de tamanho. O que confere hierarquia visual e variação de peso visual são os usos de caixa alta, negrito, fundo de cor, imitando uma caneta marca-texto.

Figura 46: editorial da Revista Capricho de 2024.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2024 - produção da autora.

O sumário da edição de 2024 (Figura 47) rompe, em partes, com o formato tradicional linear e se organiza como um painel visual, com colagens, balões de fala e molduras coloridas em formas orgânicas. Essa estética remete diretamente às



linguagens digitais (memes²⁵, *stories*²⁶, *scrapbooks* virtuais²⁷), marcando a presença da cultura das redes no design impresso. A página é estruturada de modo fluido e intuitivo e a/o leitor/a é convidado/a a “navegar” pela revista, como quem desliza por uma *timeline*, guiada por uma linha que liga um desenho a outro. Imagens de Bianca Andrade e outras celebridades, ícones gráficos variados (corações, estrelas, setas) conduzem o olhar por caminhos não convencionais, refletindo o conceito de “desobediência gráfica”, mencionado pela própria editora na divulgação da edição. As cores vibrantes (roxo, verde-limão, rosa e amarelo) sobrepostas nas imagens de baixa qualidade visual, em preto e branco, criam uma composição energética e juvenil, reforçando o caráter festivo da edição de relançamento. As tipografias utilizadas são sem serifa, uma moderna e outra egípcia, que remetem ao uso de pixels da internet. A hierarquia visual é expressa por variação profusa de informações visuais diversas.

²⁵ Memes são imagens, frases ou formatos reconhecíveis que circulam nas redes sociais e são recriados com humor para comentar situações do cotidiano. Segundo Shifman (2014), eles funcionam como uma linguagem cultural compartilhada, baseada na imitação e variação, como quando a mesma foto recebe textos diferentes para expressar emoções ou reações (Shifman, 2014).

²⁶ O formato “stories”, criado inicialmente pelo Snapchat e popularizado pelo Instagram, constitui uma narrativa visual efêmera — conteúdos que desaparecem em 24 horas e são moldados pela lógica de espontaneidade e velocidade das redes sociais (Leaver *et al*, 2020).

²⁷ Scrapbooks virtuais correspondem a composições digitais em estilo de colagem — reunindo imagens, textos e elementos gráficos — utilizadas como forma de expressão pessoal e memória visual em plataformas digitais (Almeida; Stueber, 2016).



Figura 47: sumário da Revista Capricho de 2024.



Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2024 - produção da autora..

No canto superior esquerdo, é apresentada a editoria: “como navegar”, e no direito, o campo para colocar o nome da dona da revista, imitando o caderno escolar – algo tradicional na *Capricho*. No canto inferior esquerdo, vemos o fólio e as informações de ano e mês da publicação, assim como o nome da publicação nas redes sociais. Esse padrão se repete em quase todas as páginas da revista, como informação fixa da publicação, que chamamos de rodapé.

A matéria de capa intitulada “Futuro independente” (Figura 48), marca o ponto central do reposicionamento editorial da *Capricho* em 2024. Com Bianca Andrade como personagem principal, o conteúdo combina fotografia, tipografia, cor de modo a construir um discurso sobre autonomia, protagonismo feminino e reinvenção midiática. A reportagem se estende por sete páginas, mesclando o conteúdo da entrevista com a influencer, com fotos do ensaio editorial de moda realizado especificamente para esta matéria.



Figura 48: matéria de capa da *Revista Capricho* de 2024.





Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul





Fonte: fotografia de páginas da *Revista Capricho*, edição de 2024 - produção da autora.

As imagens que compõem a matéria são essencialmente fotográficas e atuam como ponto focal da narrativa. Assinadas por Vinícius Mochizuki, as fotos apresentam Bianca Andrade em composições de alto impacto visual, alternando entre planos fechados e abertos, explorando o brilho e o movimento do figurino metálico e tecido de veludo rosa. A primeira fotografia, da página dupla de abertura, ocupa as duas páginas e apresenta Bianca em plano americano, cercada por uma luz azul difusa e reflexos cintilantes, que criam a sensação de profundidade, movimento e glamour. Essa composição reforça a ideia de “futuro”, sugerindo uma atmosfera tecnológica e etérea. Os closes seguintes aproximam a leitora da personagem, revelando texturas nítidas, da pele e do tecido. A direção de arte, de Emanuel Tadeu, evidencia uma fotografia de moda conceitual, aproximando-se da estética de campanhas digitais de beleza.

A tipografia principal usada no título é sem serifa e em caixa alta, negritada, em branco sobre o fundo azul metálico. A escolha comunica clareza e impacto, de acordo com os princípios de Lupton (2010), que associa o uso de tipos sem serifa à comunicação direta e moderna. Os blocos de texto em preto, branco e rosa mantêm a identidade jovem e dinâmica da revista, enquanto o layout alterna entre páginas com predominância visual (imagens sangradas, em um página ou em página dupla),



sempre em conjunto com colunas de texto corrido, mantendo ritmo e equilíbrio — algo que Caldwell & Zappaterra (2014) chamam de “respiração editorial”, essencial para manter o leitor engajado em matérias longas. Em alguns momentos a leitabilidade dos textos sobre as fotos fica comprometida, dificultando o acesso à informação verbal. Os elementos fixos da revista permanecem em todas as páginas. As cores (rosa, prata, preto e branco) se repetem nas páginas tornando a correlação entre elas mais explícita. O rosa da roupa da influenciadora aparece como fundo de outras páginas e em detalhes nas tipografias.

5.5 Comparando as edições

A análise das edições da *Capricho* de 1993, 2004, 2014 e 2024 revela um percurso visual e simbólico que reflete não apenas a evolução do jornalismo e do design editorial, mas também as mudanças nos valores e comportamentos das jovens brasileiras ao longo de mais de trinta anos. Cada década apresenta uma identidade gráfica própria, correlacionada com uma linha editorial também em transformação, construída em diálogo com o contexto cultural e tecnológico de seu tempo, o que evidencia o papel do design como mediador entre a revista e o público.

Na edição de 1993, observa-se uma estética marcada pela energia e pela espontaneidade típicas dos anos 1990. O uso de cores vibrantes, como azul, vermelho e amarelo, em contraste com o fundo branco, cria uma atmosfera leve e divertida. As tipografias manuscritas e sem serifa, combinadas com fotografias recortadas e poses descontraídas, constroem um visual dinâmico e acessível, que aproxima a revista da leitora adolescente. A diagramação irregular e os elementos ilustrados reforçam o caráter lúdico do design. Nesse período, a *Capricho* se consolida como espelho de uma juventude otimista, sonhadora e em busca de identidade e liberdade de ser quem quiser.



Já na edição de 2004, a revista assume uma identidade visual mais digital, em sintonia com o início da era da internet e das produções televisivas juvenis. O design editorial da edição é dominado por cores neon, como verde-limão e rosa-pink, e por fontes manuscritas que simulam anotações pessoais, remetendo a diários e blogs. A presença de celebridades da TV, como os atores de *Malhação*, revela o quanto a *Capricho* se alinhava ao consumo midiático da época. A diagramação é um pouco mais estruturada, porém carregada de informações, espelhando o excesso visual característico da cultura dos anos 2000. Essa fase da revista expõe uma publicação que se torna quase confidente e mais próxima da leitora, adotando um tom mais direto, interativo e emocional, enquanto explora novos formatos de linguagem visual.

Na edição de 2014, o design alcança uma fase de maior maturidade estética e integração com o digital. As cores permanecem relacionadas ao universo das adolescentes, mas ganham tons mais suaves e sofisticados, predominando o rosa, o branco e o cinza. A tipografia é mais limpa e moderna, revelando influência do design minimalista contemporâneo. As fotografias assumem papel central, com composições inspiradas em editoriais de moda, e a presença de celebridades internacionais, como Miley Cyrus, reforça o caráter global da revista. A diagramação privilegia o respiro e o equilíbrio, adotando o estilo visual das redes sociais e das plataformas digitais emergentes. O conteúdo, por sua vez, reflete um discurso de empoderamento e autenticidade, temas que se consolidavam entre as jovens da década de 2010. A *Capricho*, nesta época, se mostra mais adulta, mas mantendo o tom leve, com uma consciência maior sobre identidade e representação feminina.

Por fim, a edição de 2024 representa a síntese entre o passado e o presente da revista. O retorno ao impresso é apresentado como um gesto simbólico de reconexão afetiva com o público, após anos de atuação digital. O design editorial combina elementos retrôs e futuristas, com cores metálicas, tipografia clássica da identidade visual e intervenções manuais inspiradas em colagens e zines. Ao mesmo tempo que reforça as transformações tecnológicas e a presença (e



relevância) do universo digital, apresenta elementos que valorizam a manualidade. A capa, estrelada por Bianca Andrade, simboliza a nova geração de mulheres empreendedoras e influenciadoras, enquanto a diagramação experimental e colorida das páginas internas traduz o espírito criativo e múltiplo da juventude contemporânea. A estética da edição é híbrida: mistura textura analógica com linguagem digital, espelhando a era das redes sociais e da produção colaborativa.

Comparando as quatro décadas, é possível observar que a comunicação visual da *Capricho* acompanhou a evolução das tecnologias gráficas e dos modos de comunicação, sem perder seu principal traço: a capacidade de conversar visualmente com o universo feminino jovem de cada época. De uma revista lúdica e colorida nos anos 1990, a *Capricho* tornou-se digital e interativa nos anos 2000, minimalista e empoderada em 2010, e experimental e híbrida em 2024. O design editorial, portanto, não apenas foi utilizado para ilustrar, mas foi responsável por construir o discurso da revista, mediando valores culturais e emocionais que atravessam gerações.

O percurso visual da *Capricho* evidencia que o design é mais do que um elemento estético: ele compõe a linguagem jornalística e é capaz de narrar/apresentar/expor o tempo. Em cada cor, tipografia e estilo de imagem figurativa, a revista conta uma história sobre a juventude de sua época. Assim, este estudo revela, não apenas a evolução de um projeto gráfico, mas a própria trajetória de uma marca jornalística que, por meio do design, construiu um espelho do seu público ao longo de mais de três décadas.



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais do que um exercício de observação estética, este trabalho foi uma tentativa de extrair informações das linhas, cores, formas e elementos visuais que compõem as páginas da *Revista Capricho*. Ao buscar responder de que forma as escolhas de design influenciam o conteúdo jornalístico em revistas, a pesquisa revelou que a comunicação visual não apenas acompanha o texto verbal, como o transforma, amplia e modifica, criando efeitos emocionais e de conexão. Caldwell e Zappaterra (2014), afirmam que o design editorial é uma forma de jornalismo visual, e, de fato, pudemos observar que na *Capricho*, ele efetivamente se comporta como tal. Cada tipografia escolhida, cada fotografia produzida. Cada tonalidade de cor selecionada, em conjunto, compõem uma narrativa paralela à mensagem verbal, uma linguagem muitas vezes silenciosa porque pouco compreendida – e/ou trazida para a consciência - e que comunicam, intenções, informações e identidades. O design, nesse contexto, ultrapassa a ideia do adorno: torna-se mediador da leitura, do tempo, da emoção, do entendimento e do que entendemos como comunicação.

Foi possível perceber, também, que em 1994, o projeto gráfico refletia a juventude da década, com cores fortes, títulos desenhados à mão, um experimentalismo que traduzia a efervescência de uma geração que começava a descobrir o próprio espaço, e que isso se manteve no decorrer do tempo. Em 2004, o design se tornou mais ousado e vibrante, acompanhando a explosão da cultura pop e a consolidação da internet. Em 2014, o visual se suavizou, ganhando traços digitais, tipografias mais limpas e uma estética próxima das redes sociais. Em 2024, o design assumiu o papel de espelho de uma, talvez, nova adolescência, mais complexa, mais diversa, mais fluida. Isso tudo evidencia que o design editorial de revista também dá forma ao tempo, e acompanha as mudanças tecnológicas e sociais, transformando e sendo transformado por elas.

Moen (2000), indica que os leitores são atraídos primeiro pelos elementos visuais antes de decidirem ler o texto. E isso, provavelmente, também se confirma na *Capricho*, pois a diagramação e o apelo visual são utilizados para convidar à leitura,



guiando o olhar e despertando afeto. A ideia apresentada por Dondis (2007), ainda, de que a fotografia é o que mais se aproxima da visão concreta do mundo, na *Capricho*, mostra que dentro das páginas da revista ela não apenas registra, mas constrói um discurso que se alinha ao conteúdo e também às leitoras. Scalzo (2004), afirma que o jornalismo de revista deve “explorar novos ângulos e ajustar o foco para aquilo que se deseja saber”. O design da *Capricho* faz isso: ajusta o foco diretamente para o público. Ele traduz o conteúdo jornalístico em visualidade, estabelece pontes afetivas e parece tentar tornar a experiência de leitura mais humana e mais específica. Em cada década analisada, foi possível perceber que a estética da revista acompanha as transformações sociais, tecnológicas e culturais em especial relacionadas ao seu público, mantendo-se fiel ao propósito de conversar com quem cresce entre uma edição e outra.

Durante a realização deste estudo, não foram encontradas limitações que comprometessem o percurso metodológico. O acesso às edições antigas da revista foi difícil e custoso, e direcionou as escolhas realizadas. Porém, isso não prejudicou o andamento do trabalho. Apesar da complexidade de acessar uma teoria específica e densa, estudada pontualmente durante o curso, o processo de análise se revelou, ao contrário do esperado, uma jornada de descobertas muito interessantes sobre como o design pode ser memória, emoção e história impressa. E, inclusive, uma possibilidade de aprofundamento de percepções já existentes (que inclusive deram impulso para a escolha desta temática). Como sugestão para pesquisas futuras, propõe-se um olhar mais detalhista sobre a prática jornalística de revistas como a *Capricho*, propondo relacionar de maneira mais aprofundada a correlação entre o texto verbal em si, as escolhas narrativas e discursivas, e o diálogo que estabelece com a visualidade. Seria interessante observar como o jornalismo para adolescentes se manifesta em 2025, especialmente no ambiente digital, um ambiente em que imagem e palavra se fundem, se confundem, se provocam, talvez, mais.

Ao concluir esta monografia, percebo que minha trajetória na graduação ganha novos contornos. Investigar de forma tão rigorosa o design editorial e sua



influência no jornalismo ampliou meu olhar para a arte de projetar sentidos, escolhas visuais e experiências. Ainda mais ao observar as revistas que tanto me encataram na adolescência. Esse processo inteiro me faz compreender o jornalismo como um campo profundamente interdisciplinar, no qual texto, imagem, cor e forma constroem narrativas tão importantes quanto as palavras. Ao mesmo tempo, me dá esperança sobre minha própria formação. Sinto que me tornei uma profissional mais atenta, crítica e sensível aos detalhes que moldam o discurso e alcançam o público. Levarei para minha futura atuação a certeza de que cada decisão estética também é uma decisão ética e comunicacional — e que o jornalismo que desejo praticar nasce do encontro entre técnica, responsabilidade e beleza.

Assim, conclui-se que o design editorial, na *Capricho*, funciona como uma corrente entre o que se vê e o que se sente. E consequentemente o que se comprehende da mensagem jornalística. No caso desta revista em específico, a sensação que fica é que as decisões compostivas não apenas comunicam, elas também acolhem e sugerem/constroem uma visão de mundo a partir daquilo que representam. Criam um espaço de identificação e pertencimento, importante para o momento das leitoras. É o traço que desenha o tempo e o afeto de uma geração. Em suas páginas, o design editorial acaba funcionando como um olhar que enxerga antes mesmo da leitura e um coração, um afeto que permanece depois que a revista se fecha.



REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis**: punks e darks no espetáculo urbano. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.
- ALMEIDA, Maria; STUEBER, Anita. **Digital Scrapbooking**: Crafting, Creativity, and Cultural Memory. New York: Routledge, 2016.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **The Fundamentals of Editorial Design**. Lausanne: AVA Publishing, 2011.
- ARAÚJO, Genilda Oliveira de; MAGER, Gabriela Botelho. Contribuições da Nova Tipografia e do Estilo Internacional para a Hierarquização Visual da Informação. In **InfoDesign**, Florianópolis, v. 13, n. 2, 2016. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/485>. Acesso em: 12 nov. 2025.
- ARAÚJO, Joana Lopes de. **O poder da palavra impressa**. Trabalho de Conclusão do Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.
- BRASIL. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Juventude e políticas sociais no Brasil**. Brasília: IPEA, 2009. Disponível em: https://bibliotecadigital.mdh.gov.br/jspui/bitstream/192/60/1/IPEA_Juventude_2009.pdf. Acesso em: 10 nov. 2025.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
- CAPRICO retoma revista impressa semestral após dez anos somente online. Capricho, São Paulo, 17 dez. 2024. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/identidade/capricho-retoma-revista-impressa-semestral-apos-dez-anos-100-online/>. Acesso em: 11 nov. 2025.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à História do Design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- CARNEIRO, André Matias. **Design Editorial**: fundamentos, práticas e reflexões. Curitiba: CRV, 2020
- CHARLEAUX, Lupa; TOLEDO Victor. O que é um iPad? Conheça a história e as gerações do tablet da Apple, **Tecnoblog**, 2025, disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-um-ipad-conheca-a-historia-e-as-geracoes-do-tablet-da-apple/#:~:text=O%20iPad%20%C3%A9%20um%20tablet%20da%20Apple,uma%20ferramenta%20vers%C3%A1til%20para%20trabalho%20e%20lazer>. Acesso em: 10 nov. 2025.
- CURRIE, Dawn H. **Girl Talk: Adolescent Magazines and their readers**. Toronto: University of Toronto Press, 1999.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FRASCARA, Jorge. **Comunicação do design: princípios, métodos e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FELIX, Matheus Henrique Lopes; BARROS, Janaina Galdino de. O crescimento das redes sociais em tempos de pandemia. **Revista Humanidades e Inovação**. vol. 10. n. 13. Palmas. 2022. Disponível em:



<https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/7635>. Acesso em: 11 nov. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRUSZYNKSI, Ana Cláudia; CHASSOT, Sophia. **O Projeto Gráfico de Revistas**: uma análise dos dez anos da Revista Capricho. UCS, Caxias do Sul, v. 5, n. 10, jul./dez. 2006.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo, Ed. Annablume, 2003.

HAIDT, Jonathan. **Geração ansiosa**: como a infância super conectada está causando uma epidemia de transtornos mentais. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HELLER, Steven; ARMENT, Sunshine. **Doodle Sketchbook: Art Journals & Activities for Creative Play**. Beverly: Rockport Publishers, 2011.

LEAVER, Tama; HIGHFIELD, Tim; ABIDIN, Crystal. **Instagram**: Visual Social Media Cultures. Cambridge: Polity Press, 2020.

LIMA, Sandra Lúcia Lopes. Imprensa feminina, Revista feminina. A imprensa feminina no Brasil. In **Projeto história**. São Paulo, n.35, p. 221-240. dez. 2007. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2219>. Acesso em: 15 out. 2025.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. Ed. revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, Ellen. **Thinking with Type**: a critical guide for designers, writers, editors, & students. 2. ed. Nova York: Princeton Architectural Press, 2010.

LUPTON, Ellen. **Type on Screen**: a critical guide for designers, writers, developers, and students. Nova York: Princeton Architectural Press, 2014.

MACHADO, Carolina Seiko; DE GODOY, Felipe Eugênio Troiano; BELANCIERI, Maria de Fátima. A Revista Capricho e a construção da identidade na adolescência. In **Revista Multiplicidade**, [S. l.], v. 4, n. 4, 2018. Disponível em:

<https://revistas.fibbauru.br/multiplicidadefib/article/view/45>. Acesso em: 10 nov. 2025.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de (orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MEIO & MENSAGEM. **Império cor de rosa**. Meio & Mensagem, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/imperio-cor-de-rosa>. Acesso em: 10 nov. 2025.

MEIO & MENSAGEM. **Estratégia por trás da volta da edição impressa da Capricho**. Meio & Mensagem, São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/estrategia-por-tras-da-volta-da-edicao-impressa-da-capricho>. Acesso em: 10 nov. 2025.

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

MENEZES, Hanna França; PEREIRA, Carla Patrícia de Araújo. O uso da cor como informação: um estudo de caso dos infográficos da revista Galileu. In: **12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (DESPRO)**. São Paulo: Blucher Design Proceedings, v. 2, n. 9, nov. 2016.



- MIRANDA, J. C. A WORLD WIDE WEB COMO UMA TECNOLOGIA DE PROPÓSITOS GERAIS. **Revista Multiface Online**, [S. I.], v. 11, n. 1, 2024. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/multiface/article/view/8625>. Acesso em: 3 dez. 2025.
- MOEN, Daryl R. **Newspaper Layout and Design**: a team approach. 5. ed. Ames: Iowa State University Press, 2000.
- MTV BRASIL. **Dossiê Universo Jovem 3**. São Paulo: MTV, 2010. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/62483020/Dossie-mtv3>. Acesso em: 10 nov. 2025.
- NUNES, Alceu Chiesorin; SANCHES, Miguel; CABRAL, Paulo. **CAPRICO – Projeto gráfico e redesign de logotipo**. Behance, 2014. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/19326811/CAPRICO>. Acesso em: 10 nov. 2025.
- PRATA, Nair. **Mídias digitais**: convergência tecnológica e sociedade. Curitiba: Appris, 2011.
- PALOMINO, Erika. **Babado Forte**: 35 anos de cultura jovem no Brasil. São Paulo: UBU Editora, 2024.
- REVISTA CAPRICO**. São Paulo, ano 40, número 01, 114 páginas, jan. 1993.
- REVISTA CAPRICO**. São Paulo, ano 53, número 110, 114 páginas, abril. 2004.
- REVISTA CAPRICO**. São Paulo, ano 66, número 1201, 114 páginas, set. 2014.
- REVISTA CAPRICO**. São Paulo, ano 73, número 01, 114 páginas, dez. 2024.
- RIBEIRO, Paula Miranda. MOORE, Ann. Papéis de gênero e gênero no papel: uma análise de conteúdo da revista Capricho. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 7–21, 2003. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/4927550_Papeis_de_genero_e_genero_no_papel_uma_analise_de_conteudo_da_revista_Capricho_2001-2002. Acesso em: 22 out. 2025.
- SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.
- SÁTYRO, Natália Guimarães Duarte; D'ALBUQUERQUE, Raquel Wanderley. O que é um Estudo de Caso e quais as suas potencialidades. In **Revista Sociedade e Cultura**, v. 23, UFG, 2020. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fcs/article/view/55631>. Acesso em 3 dez. 2025.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- SHIFMAN, Limor. **Memes in Digital Culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.
- SOLOMON, Martin. **O livro do design gráfico**. São Paulo: Nobel, 1990.
- SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- TROTTA, Wellington. **Estética: conceitos e elementos**. São Paulo: Senac SP, 2009.
- ZEEGEN, Lawrence. **The Fundamentals of Illustration**. Lausanne: AVA Publishing, 2005.