



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

MARIA LAURA DE MELO ALVES

REVISTA FULANA, MODA E CULTURA PERNAMBUCANA

Caruaru

2024

MARIA LAURA DE MELO ALVES

REVISTA FULANA, MODA E CULTURA PERNAMBUCANA

Memorial Descritivo de Projeto
apresentado ao Curso de Design do
Campus Agreste da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel em Design.

Orientador (a): Sophia de Oliveira Costa e Silva

Caruaru

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Melo Alves, Maria Laura de .

Revista fulana: moda e cultura pernambucana / Maria Laura de Melo Alves.
- Caruaru, 2024.
54 p. : il.

Orientador(a): Sophia de Oliveira Costa e Silva
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2024.
Inclui referências, apêndices.

1. design editorial. 2. moda . 3. cultura. I. Costa e Silva, Sophia de Oliveira.
(Orientação). II. Título.

050 CDD (22.ed.)

MARIA LAURA DE MELO ALVES

REVISTA FULANA, MODA E CULTURA PERNAMBUCANA

Memorial Descritivo de Projeto
apresentado ao Curso de Design do
Campus Agreste da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel em Design.

Aprovada em: 10/05/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ms. Sophia de Oliveira Costa e Silva (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Andrea Barbosa Camargo (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Camila Brito de Vasconcelos (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais, Aline Simão de Melo e Josias Alves da Silva, por todo o apoio e ensinamentos durante todos esses anos da minha vida. Sem vocês eu nunca teria chegado aqui. Ao meu irmão por todos os copos de água e abraços fora de hora.

Um agradecimento especial a minha psicóloga, Monique Freire, por todo o acolhimento, ensinamentos e atenção, por tornar o processo terapêutico leve e fluido como só você sabe.

Agradeço a Prof.^a Sophia de Oliveira Costa e Silva por orientar meu projeto de graduação, cada ensinamento e tempo gasto me ajudaram a superar os desafios e atingir meus objetivos.

Agradeço aos meus amigos da faculdade por todas as memórias boas, risadas e vivências, vou lembrar para sempre de cada um de vocês.

Muito obrigado a todos que contribuíram de alguma forma para que eu chegasse até aqui, cada ajuda, conselho e acolhimento foram muito importantes para mim.

“O papel de uma revista de moda, hoje, é esquecer que é uma revista de Moda. E, a partir de uma página em branco, fazer magia com essa realidade aparentemente intransigente com que todos nos confrontamos minuto a minuto. Só isso ficará para a eternidade. Só isso ficará na memória dos que nos lerem quando nada disto (nem estas linhas) fizer sentido.” (MURCHO, 2020).

RESUMO

Este memorial descritivo apresenta o detalhamento do processo criativo e produção do protótipo de uma revista de moda e cultura pernambucana. Deste modo, o desafio realizado foi produzir uma revista que mostre a moda e a cultura de Pernambuco através de matérias e fotos. Utilizando a metodologia projetual de 12 passos, proposta pelo designer Bruno Munari, para a concepção de um produto de design. Deste modo, foi possível chegar a um produto que exalta as produções pernambucanas. O objetivo desse projeto é lançar um olhar para a moda e a cultura produzidas no estado, utilizando os princípios do design editorial. A revista possui 20 páginas que convidam o leitor a conhecer o que Pernambuco tem a oferecer.

Palavras-chave: design editorial; moda; cultura.

ABSTRACT

This descriptive memorial presents details of the creative process and production of a prototype of a Pernambuco fashion and culture magazine. Therefore, the challenge was to produce a magazine that showcases the fashion and culture of Pernambuco through articles and photos. Using the 12-step design methodology, proposed by designer Bruno Munari, for the conception of a design product. In this way, it was possible to arrive at a product that exalts Pernambuco productions. The objective of this project is to take a look at fashion and culture produced in the state, using the principles of editorial design. The magazine has 20 pages that invite the reader to discover what Pernambuco has to offer.

Keywords: editorial design; fashion; culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Desfile da PatBO na São Paulo Fashion Week	12
Quadro 1 –	Método de Munari	16
Figura 2 –	Capa da revista semanal P’ra Você	18
Figura 3 –	Página mostrando evento social na cidade do Recife	19
Figura 4 –	Página ilustrada de moda	20
Figura 5 –	Página mostrando propagandas de roupa e vestidos franceses	21
Figura 6 –	Capa da revista moda agreste	22
Figura 7 –	Página sobre o festival de jeans de Toritama	23
Figura 8 –	Página sobre a roupa íntima de Pernambuco	24
Figura 9 –	Painel semântico: capas de revista	26
Figura 10 –	Painel semântico: parte interna das revistas	27
Figura 11 –	Painel semântico – inspirações de colagens	28
Figura 12 –	Painel semântico: inspirações de tipografias	29
Figura 13 –	Representação do grid	30
Figura 14 –	Capa escolhida	31
Figura 15 –	Evolução do sumário	32
Figura 16 –	Demonstração da tipografia Tropicana Regular	32
Figura 17 –	Demonstração da tipografia Poppins	33
Figura 18 –	Expediente e carta ao leitor	34
Figura 19 –	Página de abertura da matéria MÔ das Sambadeiras	35
Figura 20 –	Interface do Adobe Photoshop durante a edição da capa da revista	36

Figura 21 –	Interface do Adobe Illustrator durante a montagem de uma das páginas de abertura da sessão	37
Figura 22 –	Modelo 3D, capa e contracapa	38
Figura 23 –	Modelo 3D, sumário e carta ao leitor	39
Figura 24 –	Modelo 3D, revista aberta	40
Figura 25 –	Arquivo sendo preparado para a impressão	41
Figura 26 –	Protótipo físico: capa	44
Figura 27 –	Protótipo físico: anúncio de página dupla	45
Figura 28 –	Protótipo físico: sumário	46

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	OBJETIVO GERAL	13
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	13
2	METODOLOGIA	15
3	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL	17
3.1	PROBLEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	17
3.1.1	Revistas de moda e cultura pernambucanas	17
3.1.2	Público-alvo	25
3.2	COMPONENTES DO PROBLEMA	25
3.3	COLETA DE DADOS	26
3.4	CRIATIVIDADE	29
3.4.1	Tamanho e diagramação	29
3.4.2	Capa	30
3.4.3	Sumário	31
3.4.4	Expediente e carta ao leitor	33
3.4.5	Páginas textuais	34
3.5	MATERIAIS E TECNOLOGIAS	35
3.5.1	Tipos de folhas e meio de impressão	35
3.5.2	Softwares de edição gráfica	36
3.6	PRODUÇÃO DO MODELO	37
3.7	DESENHO DE CONSTRUÇÃO	40
3.7.1	Finalização da revista	40

3.7.2	Ficha técnica	41
4	RESULTADOS E DISCURSÕES	43
	REFERÊNCIAS.....	47
	APÊNDICE A – A REVISTA COMPLETA	48

1 INTRODUÇÃO

A primeira revista feminina publicada no Brasil foi lançada no ano de 1827, no Rio de Janeiro, a Espelho Diamantino. Segundo Rufino (2020), a revista retratava não somente a moda, mas também política, cultura e arte. Na contemporaneidade, as revistas de moda, muitas vezes rotuladas de forma rasa e redutora, assumem um papel relevante no contexto das mídias tradicionais, pois assumem o papel de portadoras de notícias e de criadoras de conteúdos, lançam debates que podem ser políticos, religiosos, ou totalmente fúteis. De acordo com Murcho (2020), as melhores revistas de moda são aquelas que conseguem ir além da superfície e oferecer uma visão crítica e aprofundada do mundo.

Nesse contexto, quando abordamos a moda no Brasil, São Paulo e Rio de Janeiro são as primeiras cidades citadas. É inegável a importância delas na construção e disseminação da identidade da moda brasileira. No entanto, é fundamental refletirmos sobre quem está fazendo moda no Brasil, para que possamos ampliar nosso horizonte além do eixo sul-sudeste (Instituto C&A, 2023).

Figura 1 – Desfile da PatBO na São Paulo Fashion Week.



Fonte: Revista Marie Claire (2023).

Estima-se que o estado de Pernambuco movimenta em torno de R\$ 5 bilhões por ano com confecções. Em 2021, foram produzidas mais de 800 milhões de peças de vestuário para o mercado nacional e internacional (G1, 2023).

Deste modo, o presente trabalho tem o intuito de mostrar a elaboração do projeto gráfico editorial piloto de uma revista de moda e de cultura pernambucana, utilizando a metodologia projetual de Bruno Munari, composta por 12 etapas para a solução de um problema de design e consequentemente a geração de um produto.

1.1 OBJETIVO GERAL

- Elaborar um projeto de uma revista de moda e cultura pernambucana baseando-se nos princípios do design editorial.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar referências visuais de revistas de moda brasileira através de *moodboards*;
- Desenvolver um editorial de moda para ser a matéria principal da revista e da capa;
- Usar a metodologia de Bruno Munari para o desenvolvimento projetual da revista;

1.3 JUSTIFICATIVA

O presente projeto surgiu através da observação do cenário de moda e cultura de Pernambuco, mais especificamente nas produções de moda, escolhemos elaborar essa revista por conta da sua importância no âmbito cultural e social, visto que ao mostrar a moda e a cultura pernambucana criamos um acervo de referências que podem ser usados para futuras pesquisas. Sendo assim, Murcho (2020), afirma que uma revista de moda é uma relíquia ou uma cápsula do tempo, uma janela para um mundo num determinado momento, não apenas o mundo da moda, mas música, cultura, arte, vida, tudo.

O papel do designer é criar soluções para problemas da sociedade, de forma eficiente e que encante o usuário, despertando o desejo e interesse pelo produto. Utilizando os princípios básicos do design, minimizando possíveis carências e garantindo um produto de sucesso, que atenda às necessidades a que se propôs. Sobre o papel do designer, Soromenho e Amaro (2012) afirmam que o designer deve ser um observador, o qual entende o comportamento do indivíduo e usa o conhecimento que absorve do mundo para o seu trabalho.

Analisando o cenário da moda e da cultura em Pernambuco, percebemos a necessidade de ter uma fonte de referência para estudantes e pesquisadores. Para que eles possam ter acesso à textos e imagens com qualidade a qualquer momento, diferente do meio virtual, o qual é efêmero e o conteúdo pode ser em algum momento tirado do ar, já o impresso é um registro físico e perene.

Do ponto de vista cultural, a revista serve como veículo para mostrar e documentar produtores e produções locais. Por fim, o designer tem papel fundamental na aplicação dos princípios básicos do design editorial, minimizando possíveis carências e garantindo um produto de sucesso, que atenda às necessidades do leitor.

2 METODOLOGIA

Para a realização deste projeto foi escolhida a metodologia do designer Bruno Munari, disposta no livro “Das Coisas Nascem Coisas”, de 1998. Munari (1998) divide sua metodologia em 12 passos, e expressa como o método de design não é estrito nem permanente, e pode ser alterado caso encontre uma forma de aprimorar o processo. As etapas do processo são bem divididas e práticas, partindo desde a definição do problema até a sua solução. Elas foram organizadas da seguinte forma:

1. Problema (P): Apresentar o problema.
2. Definição do problema (DP): definir o problema que deseja resolver.
3. Componentes do Problema (CP): Decompor o problema em seus componentes, ou seja, em problemas menores.
4. Coleta de Dados (CD): Pesquisa de dados necessários para o estudo do problema, para sua resolução.
5. Análise de Dados (AD): Filtragem das informações coletadas.
6. Criatividade (C): Utilizar os dados coletados para geração de ideias.
7. Materiais e Tecnologias (MT): Estudo sobre possíveis materiais e processos necessários para execução do projeto.
8. Experimentação (E): Realização de experimentos de materiais e projetos para a solução do problema.
9. Modelo (M): A partir dos resultados da experimentação, construir protótipos.
10. Verificação (V): Apontamentos de erros e melhorias a partir do modelo.
11. Desenho de Construção (DC): Finalização do modelo final após todos os passos anteriores.
12. Solução (S): O projeto final.

A partir disso, fizemos a junção de algumas etapas para a concepção do projeto, Problema com Definição do problema (etapa 1), Coleta de Dados com Análise (etapa 3) e Modelo com Verificação (etapa). Optamos por retirar a etapa de Experimentação visto que não haveria tempo hábil para tal.

Quadro 1 - Método de Munari adaptado.

1- Problema e Definição do Problema	1. Design de um piloto de uma revista de moda pernambucana. 2. Definir público-alvo.
2- Componentes do problema	1. Capa e contracapa. 2. Sumário. 3. Página de editorial/expediente. 4. Página de abertura de matéria. 5. Grid das páginas internas.
3- Coleta de Dados e Análise de Dados	1. Análise de revistas do segmento 2. Extrair elementos relevantes da pesquisa feita, ou seja, paleta de cores, tipografias, formatos e diagramações.
4- Criatividade	1. Organizar e juntar as etapas anteriores. 2. Produzir alternativas. 3. Criação do projeto. 4. Elaboração do editorial de moda como matéria principal.
5 - Materiais e Tecnologias	1. Tipos de folhas e meio de impressão. 2. Softwares de edição gráfica e aplicativos de diagramação utilizados.
6- Modelo e Verificação	1. Produção do modelo.
7- Desenho de Construção	1. Finalização da revista. 2. Ficha Técnica.
8- Solução	A revista.

Fonte: Elaborado pela a autora (2024).

3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

3.1 PROBLEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O problema do trabalho trata-se de uma produção editorial de um piloto de uma revista de moda e cultura. Essa revista terá como foco principal a moda e a cultura do estado de Pernambuco, assim como outros assuntos relacionados. Seu propósito é também resgatar a experiência do consumo de revistas impressas através do design editorial.

3.1.1 Revistas de moda e cultura pernambucana

De acordo com Ali (2009), as revistas podem ser consideradas história viva, pois retratam a sociedade do tempo em que foram produzidas, as mudanças políticas, econômicas e sociais, além dos novos comportamentos e as inovações.

No estado de Pernambuco, o mercado de revistas de moda sofreu com a crise editorial brasileira de 2014, devido a recessão da economia. Dessa forma, os poucos títulos que ainda estavam ativos viram a necessidade de migrar para o formato digital ou encerrar suas atividades.

Em Recife, na década de 1930, a revista P'rá Você era um importante veículo de comunicação que tinha como objetivo abordar assuntos da sociedade recifense como as festas da cidade, personalidades da época e concursos, por exemplo. Porém a revista não abordava a moda local, apenas a moda europeia. Segundo Araújo e Jardim os textos dispostos eram traduzidos geralmente do francês e não havia uma adaptação para o biotipo pernambucano.

Figura 2 – Capa da revista semanal P'ra Você.



Fonte: FUNDAJ (2023).

Figura 3 – Página mostrando evento social na cidade do Recife.

10 de Maio de 1930 p'ra você 13

A S O C I E D A D E

FEIRA DE SORRISOS

Joan Crawford, "jazz-baby" impossível, inventada numa noite alegre do Coconut Grove, ao ritmo dos "charlestons" de Ben Selvin, entre confetti, serpentinas e enormes bolas coloridas, — cheia de ar como a cabecinha loira de uma "flapper" — espalhou a sua voz pelo mundo, nos discos de "Hollywood Renue", e veio explicar aos "fans" de Pernambuco que "tinha um sentimento por alguém".

"Charming Joan", quando você cantou:

*"The whole day I talk about you,
The whole night I think about you,"*

eu tive vontade de lhe perguntar se aquilo tinha chegado, assim, de repente, enchendo os seus olhos e o seu coração, como um rostinho novo, e inesperado, vindo não sei de onde, que, no cinema, me fez pensar na talice grande de ter também um "sentimento" bem doce, que me desse noites inúteis e cheias de lyrismo...

- - - J E A N - - -

ANNIVERSARIOS

HOJE:
 Senhora Marietta Dubeux
 Sr. Cyro Campello.
 Sr. Lino de Almeida.
 Sra. Margarida Moraes.
 Ruy Mendonça.

DIA 11: —
 Prof. Paulino de Andrade.
 Sr. Edgard de Souza Queiroz.
 Sra. Olympia Teixeira de Carvalho.
 Sra. Rosa Hartman Spencer.
 Sr. Alarico Pereira.

DIA 12: —
 Senhorinha Maria Alice Nunes.

Sr. Amaro Samico Mello.
 Sra. Maria Amelia Walter.
 Menino Bonerges Leite.
 Senhorinha Noemia Motta.

DIA 13: —
 Sr. Antonio de Assis Guedes.
 Sr. Luiz Areias.
 Sra. Margarida Soares Mello.
 Sr. Francisco de Lyra Guedes.

DIA 14: —
 Sra. Maria Carolina da Motta.
 Senhorinha Olga Mello.
 Senhorinha Maria José Gomes.
 Sr. Jorge Miranda.
 Sr. Gil Maranhão.

DIA 15: —
 Dr. Coelho de Almeida.
 Sra. Enedina Rocha.
 Senhorinha Marianna Araújo.
 Senhorinha Maria Lucia Lopes Neves.

DIA 16: —
 Senhorinha Cirony Paiva.
 Menino Joel Assumpção.
 Sr. Antonio de Oliveira Cavalcanti.
 Senhorinha Lilia Ledebour.



Festa comemorativa do dia do trabalho na Associação dos Empregados no Commercio

Fonte: FUNDAJ (2023).

Figura 4 – Página ilustrada de moda.

17 de Maio de 1930 p'ra você 29



BENGALÉ.—Cloche de palha com fundo de feltro
WEEK-END.—Toque de plumas e feltro
 CREAÇÕES JANE BLANCHOT

para o “ensemble”-“confidencias”- que estampamos aqui.

Em crêpe Marocain castanho, dissimula, como uma chrysalida, o fresco vestido de crêpe Georgette rosa que surge como uma sorridente surpresa quando

Reminiscencias do passado

1930 tinha o dever de se oferecer em homenagem á memoria do seu antepassado de um seculo atraz. Assim, as novas creações que temos podido contemplar, são ornadas de detalhes que têm um encanto desusado, muito gentilmente 1830.

Esta ideia que se sente palpar na essencia das inspirações modernas é tocante. Os coloridos e os tecidos conjugaram sua fantasia para inspirar a ressurreição de amaveis fantasmas, de coquetteries antigas e docemente preciosas. É muito 1830 de aspecto este manteau que criou Martial et Armand



CONFIDENCIA—Vestido ensemble, de tarde, em crepe Marocain ornado de rocôrtes incrustados.

CONFIDENCIA—Manteau de Marocain formando conjunto com o vestido.

CREAÇÕES MARTIAL ET ARMAND

se abre o manteau.

Os pacientes recortes que se incrustam na saia e nas mangas, fazem lembrar os ornatos complicados de que eram apaixonadas as bellas damas de antão.

Fonte: FUNDAJ (2023).

Figura 5 – Página mostrando propagandas de roupa e vestidos franceses.

20 de Maio de 1930 p'ra você 3

Sabão Marmorizado

DA

SABOARIA FRANCEZA

O LEGITIMO SABÃO
MARMORISADO TEM EM
CADA BARRA A MARCA

"MARMORISADO L. B. C."

Não corta o tecido e, pelas suas boas qualidades saponáceas, é sempre o preferido

ECONOMICO, UMA BARRA VALE POR TREZ DE QUALQUER SIMILAR

FABRICANTES:

Loureiro Barbosa & Cia. Ltda.
RECIFE



Linda collecção de vestidos

Mlle. Aida Conceição, de passagem por esta cidade, acaba de expor no Hotel Central, quarto 401, uma fina collecção de vestidos dos ultimos modelos parisienses.

PREÇOS CONVIDATIVOS



Sobre-tudo de gabardine para meninos de 6 a 15 annos

Pelerines de cazemira com Capur

Capinhas e casaquinhas de malha para creancinhas

Casacos de malha para senhoras

Sobre-tudos para homens.

O maior e o melhor sortimento de artigos para agasalho na

MAISON CHIC

265 – RUA NOVA

Fonte: FUNDAJ (2023).

Em contrapartida, a revista *Moda Agreste*, publicada na cidade de Caruaru entre os anos 2000 e 2012, apresentava matérias relevantes sobre o mercado de moda regional, como a roupa íntima de Pernambuco e o festival do jeans de Toritama, juntamente com os eventos sociais da região. Após sair de circulação, não houve mais títulos relevantes que publicassem e falassem da moda no estado.

Figura 6 – Capa da revista moda agreste.



Fonte: Dokumen (2023).

Figura 7 – Página sobre o festival de jeans de Toritama.

Moda e cultura no 9º Festival do Jeans de Toritama

Mais de 150 mil pessoas devem circular nos quatro dias do evento,
que terá desfiles, exposições, filmes e shows multiculturais.

por Inês Mota

A cidade de Toritama está nos preparativos para o 9º Festival do Jeans, que será realizado entre os dias 14 e 18 de maio, no Parque das Feiras, que fica às margens da BR-104, à 167 quilômetros do Recife. Durante o evento, que vai ocorrer numa área climatizada de 1.200 m², haverá desfiles, treinamentos, palestras, exibição de filmes, exposições e shows multiculturais. Várias empresas já confirmaram a presença no festival, realizado pelo Presidente Luciano Cavalcanti da Associação Comercial e Industrial de Toritama (Acit), com apoio da prefeitura do município e da Associação dos Lojistas do Parque das Feiras.

O grande objetivo é agregar valor através de conceito para a região, já que Toritama faz parte do Pólo de Confeccões do Agreste – responsável pela confecção de mais de 700 milhões de peças por ano – e é considerada a segunda maior produtora de jeans do Brasil, com 3 mil empresas geradoras de 20 mil postos de trabalho, de acordo com dados do Sebrae. “O festival vem para reforçar a identidade institucional de Toritama e mostrar que o jeans, a partir de alguns elementos, pode ter valor agregado. Vamos valorizar a criatividade, o conceito, a qualidade e a tecnologia na produção de moda”, analisa o consultor de moda Leopoldo Nóbrega, que está à frente da direção de arte e Consultoria técnica do Festival do Jeans.

“Vamos trabalhar os elementos dos povos nômades, resgatando a cultura popular a partir dos conceitos do Movimento Armorial. Escolhemos também a temática do circo para fazer a ambientação cenográfica”, explica.

Ariano Suassuna será um dos expoentes convidados do festival. A cultura popular será o mote da programação multicultural, que inclui shows que trazem misturas das raízes nordestinas, como o

grupo de dança Grial, Cabruêra e Antúlio Madureira.

Outra novidade do festival é a realização de debates com políticos, empresários, profissionais de moda e pesquisadores, para fomentar a produção de conhecimento sobre a região do jeans. Está prevista a realização do debate com o tema “Panorama da moda pernambucana”, de onde sairá um documento com as principais idéias sobre o atual cenário do segmento no Estado.

A preocupação com o meio ambiente também vai permear as ações do Festival do Jeans de Toritama. Durante o evento, será entregue um selo de responsabilidade ambiental às lavandeiras que já funcionam com unidade de tratamento de água. A cidade possui atualmente 50 lavanderias que mantêm uma média de 50 postos de trabalho cada uma. O selo vai ratificar a mudança de postura dos empresários locais, que, nos últimos anos, têm buscado respeitar a sustentabilidade ambiental durante o processo de produção das peças.

Para que os participantes possam levar pra casa um “pedacinho” do festival, a Câmara dos Profissionais de Moda da Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (Acic) está preparando uma coleção de souvenir do evento, como bolsas, bonés, chaveiros e camisas.

A expectativa dos organizadores é atrair um público de mais de 150 mil pessoas. O 9º Festival do Jeans de Toritama deve incrementar a economia local e estimular a produção do jeans nos meses seguintes ao evento, apresentando um novo conceito de moda na região Agreste.

Figura 8 – Página sobre a roupa íntima de Pernambuco.

A Roupa Íntima de PERNAMBUCO

por Anella Dias

Em Pernambuco, mais especificamente em Santa Cruz do Capibaribe, está instalada a Michelle Lingerie que, há 20 anos se mantém em atuação no caminho do crescimento. Não apenas pelas estatísticas nacionais que apontam a ascensão de todo o segmento de roupa íntima, mas principalmente pelos próprios investimentos da empresa para o desenvolvimento da marca. Do maquinário ao design, a Michelle tem estado atenta às atualizações de mercado. Da aquisição do ploter (equipamento para modelagem computadorizada), à participação do badalado designer Melk Z-da nas criações, que serão lançadas em breve, é evidente a preocupação da Michelle em acompanhar a evolução da cadeia.

"Estamos sempre de olho no que está acontecendo no mundo. Semanas de moda, revistas direcionadas, sites, e até pela própria televisão",

comenta a jovem Laura Bezerra, que segue o caminho dos pais - fundadores da empresa. Envolvida no Departamento de Criação, ela já tem foco: a faculdade de Design, para aprimorar os conhecimentos.

Os reflexos deste perfil são refletidos no crescimento na média dos 6% de 2008 a 2009, atendendo São Paulo, Minas Gerais, Pará, Acre, Amapá e Mato Grosso, entre outros estados. As inovações são da matéria prima à usabilidade, como o body antialérgico - feito com tecido de microfibra, com recortes e marcação de ombros.

O 3X1 também é outra inovação, podendo ser usado com o rolitê de tecido preso às alças ou com o rolitê cruzado (fazendo um "X" nas costas), e ainda com as alças independentes - cada uma para um lado, sem esquecer de destacar o Sutiã 7 Formas, nas suas mais irreverentes versatilidades para ser usado de até sete maneiras; e o Sutiã Neon na linha dos tops, com a sobreposição de tecido no bojo dando a idéia de laço na frente.



Serviço:
Michelle Lingerie
Fábrica - Rua Dr. Cláudio Abílio Aragão, 250.
Fone: (81) 3731.1938
Lojas: Avenida João Francisco, 47 e
Moda Center, Setor Verde/ Lojas 1 e 2



Fonte: Dokumen (2023).

De acordo com a pesquisa realizada pelo G1 em 2023, o estado de Pernambuco movimenta em torno de R\$ 5 bilhões por ano com confecções. Em 2021, foram produzidas mais de 800 milhões de peças de vestuário para o mercado nacional

e internacional. Logo, observa-se uma carência de veículos de comunicação que falem sobre a moda produzida na região.

3.1.2 Público alvo

Definir o público-alvo do projeto é fundamental para que possamos criar um produto eficaz e que atenda às necessidades do consumidor. O presente trabalho busca atingir um público de jovens e adultos que consumam conteúdos de moda, além de pessoas que se interessam pelos assuntos também abordados na revista, como cultura, bem-estar, entre outros.

3.2 COMPONENTES DO PROBLEMA

Para entendermos melhor os elementos necessários para a composição de uma revista, foi utilizado como referência bibliográfica a obra “A arte de editar revistas”, de Fátima Ali.

Elementos pré-textuais

- Capa: é responsável por chamar a atenção dos leitores e indicar as principais matérias e assuntos que serão tratados a cada edição. Em geral as capas são compostas pelo logotipo da revista, uma foto principal, uma chamada principal e outras chamadas ou imagens de capa. Na capa também pode estar apresentado o preço da revista e o seu código de barras;
- Sumário: é uma página guia para o leitor, indicando as matérias disponíveis e a localização delas por meio do número da página. É também uma forma de atrair o leitor através de fotografias e chamadas cativantes;
- Expediente: é uma lista de todas as pessoas que colaboraram em uma publicação, indicando o nome e a função que cada um desempenhou. É também uma forma de trazer reconhecimento para a equipe;
- Carta ao leitor: introdução à revista, é um texto de boas-vindas que apresenta as principais matérias.

Elementos textuais

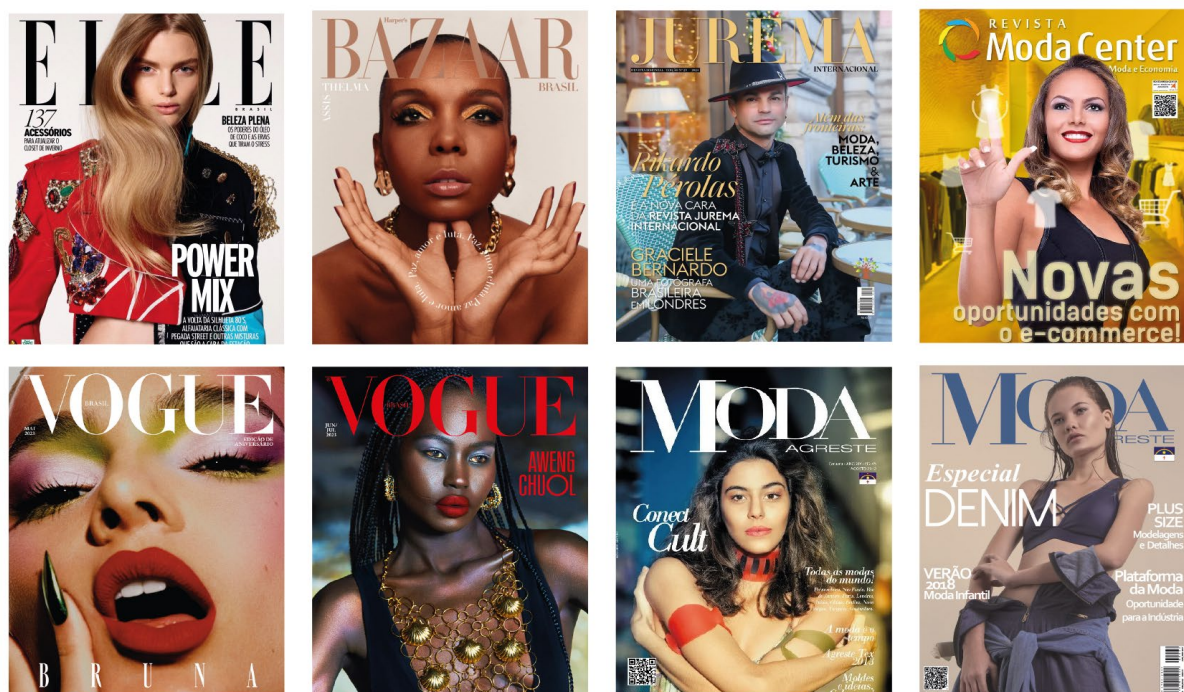
- Página de abertura das Matérias: cada matéria possui uma, nela podemos colocar elementos que remetem a matéria e que chamem a atenção do leitor para a mesma;
- Grid para as sessões: aqui determinamos o espaçamento entre colunas, as margens, para criar um layout harmônico e simples.

3.3 COLETA DE DADOS

Nessa etapa do processo, utilizamos painéis semânticos para analisar as características da capa e da parte interna das revistas, a fim de identificar tipografias, paletas de cores, elementos estéticos, entre outros aspectos.

No primeiro painel temos um comparativo entre capas de revistas do sul-sudeste com capas de revistas Pernambucanas.

Figura 9 - Painel semântico: capas de revista.

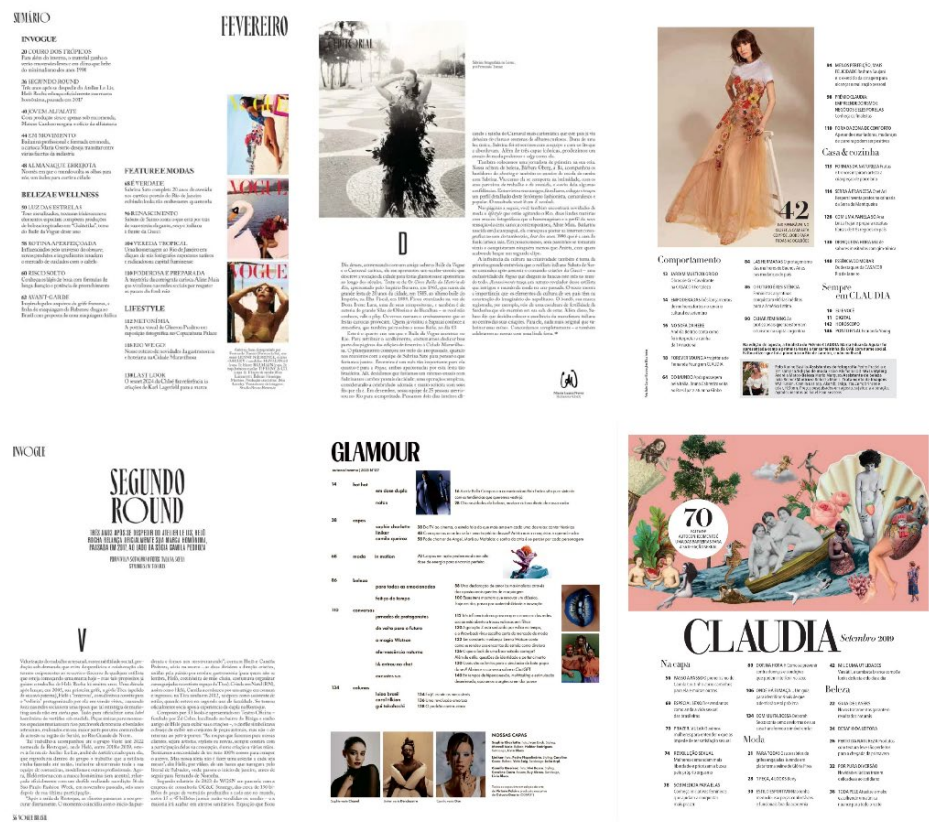


Revistas do SUL-SUDESTE

Revistas Pernambucanas

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 10 - Painei semântico: parte interna das revistas.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A partir disso foram extraídos alguns elementos do painel:

- Tipografia: uso de tipografias serifadas para o título;
- Cores: a paleta de cores, geralmente é determinada a partir das fotografias;
- Grid: são utilizados na maioria das vezes grid de colunas;
- Capa: contém uma fotografia, geralmente do editorial principal da edição, o título em destaque e podem ou não conter chamadas de matéria.

Porém, este projeto se inspirou em outros elementos que não costumam estar presentes nas revistas analisadas, optamos por utilizar colagens e ilustrações que conversam com as imagens do editorial, criando um layout divertido e atrativo.

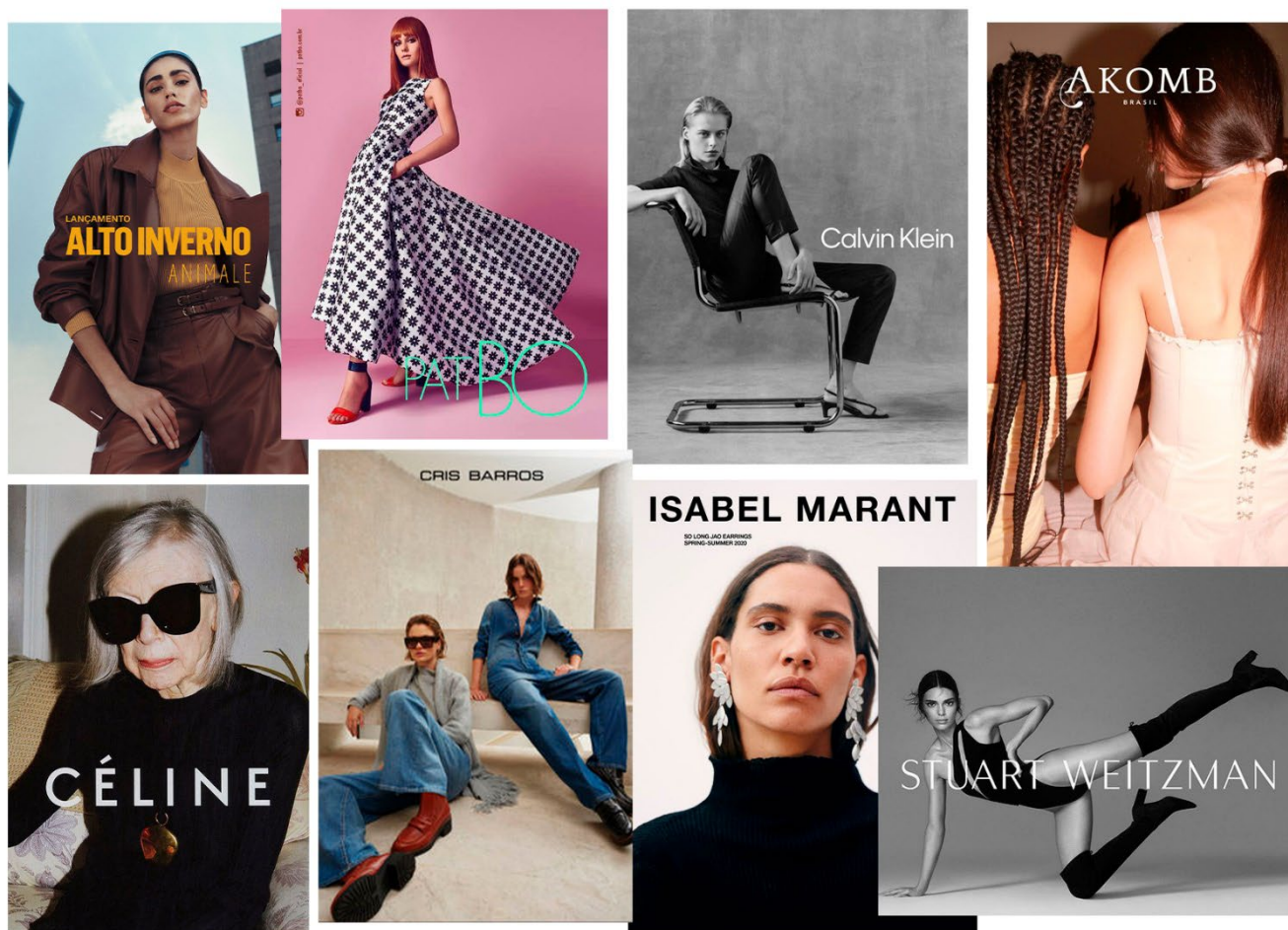
Figura 11 - Painel semântico – inspirações de colagens.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para o nome da revista, analisamos a logo de marcas de moda nacionais e internacionais e identificamos que a maioria segue um padrão de tipografia minimalista e simples, as vezes com serifa ou não, todas as fontes são facilmente associadas a marca, por terem características únicas e específicas.

Figura 12 - Painel semântico: inspirações de tipografias.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

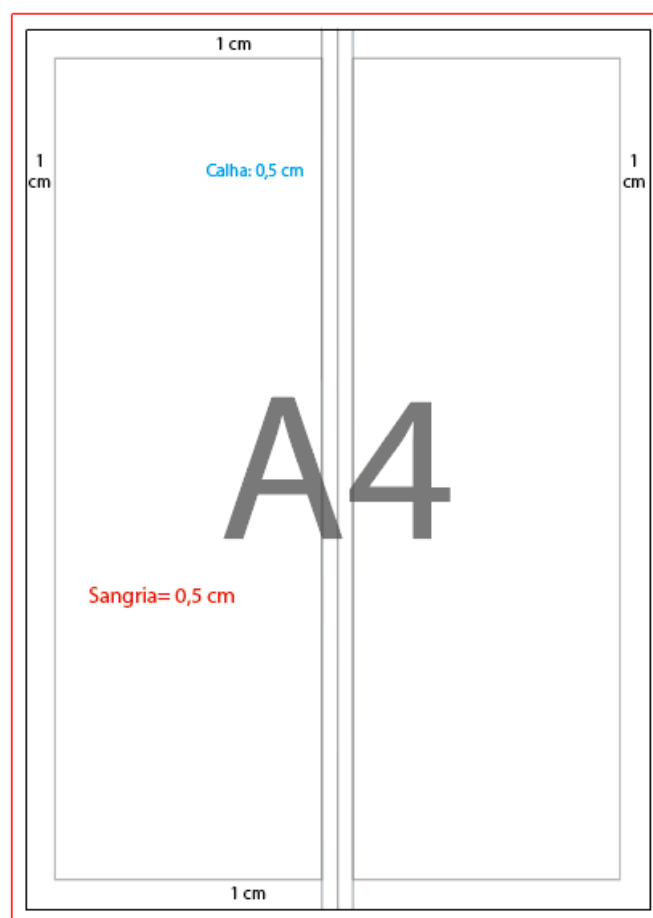
3.4 CRIATIVIDADE

Nessa etapa, iremos sintetizar, a partir dos dados coletados, uma alternativa que atenda da melhor forma possível as necessidades do usuário.

3.4.1 Tamanho e diagramação

Pensando nos custos de produção, o tamanho escolhido para a revista foi de uma folha A4 (21cm x 29,7cm), com uma sangria de 0.5cm, pois diminuiria os custos e manteria a legibilidade das informações. O grid contém margens de 1 cm, para dar a sensação de uniformidade e prevenir possíveis erros de impressão. As páginas serão compostas por duas colunas e uma calha central, permitindo uma melhor distribuição das informações e otimizando a leitura.

Figura 13 - Representação do grid.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.4.2 Capa

A capa deve atrair o leitor a distância pelo conteúdo, sendo assim cores vivas são melhores que as apagadas. Por isso, optamos por utilizar uma fotografia do editorial principal, que transmite a identidade da revista. (Figura 4).

A tipografia utilizada é um elemento importante na composição e na identidade de uma revista, durante a etapa de coleta de dados, foi observado que as revistas costumam ter o título composto por uma tipografia serifada. No entanto, para este projeto foi escolhida uma tipografia sem serifa com traços finos e curvilíneos, para conotar modernidade e sofisticação, conceitos primordiais para a revista.

Figura 14 – Capa escolhida.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.4.3 Sumário

Para o sumário, pensamos primeiramente em utilizar poucos elementos, porém durante o processo notamos a necessidade de adicionar alguns componentes que ilustrassem as páginas. Portanto a paleta de cores e os elementos foram escolhidos para dar destaque a essa parte da revista. Foi utilizado um grid modular para informar as sessões e os temas abordados. A tipografia, é um recurso importante na composição e na personalidade de uma revista, por isso, foi utilizada a fonte *Tropicana Regular* para as sessões e a *Poppins* para o corpo do texto.

Figura 15 – Evolução do sumário.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 16 – Demonstração da tipografia *Tropicán Regular*.

TROPICAN REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 17 – Demonstração da tipografia *Poppins*.

Poppins
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz .,:!´ ~^
123456789

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.4.4 Expediente e carta ao leitor

Para o expediente seguimos o mesmo grid e estética do sumário, apresentada anteriormente, por se tratar de uma página dupla, optamos por colocá-lo junto a carta ao leitor, otimizando assim o espaço em branco dessa sessão da revista.

Figura 18 – Expediente e carta ao leitor.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.4.5 Páginas Textuais

- **Páginas de abertura**

Para a páginas de abertura de matéria, optamos por utilizar cores e elementos presentes nas fotografias do editorial, dessa forma criamos uma identidade coesa e atraente.

Figura 19 – Página de abertura da matéria Mô das Sambadeiras.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Com isso, a revista finaliza em 20 páginas. Os programas utilizados para a produção das páginas podem ser conferidos no tópico 3.5.2.

3.5 MATERIAIS E TECNOLOGIAS

3.5.1 Tipos de Folhas e Meio de Impressão

Após a finalização da parte gráfica, podemos começar a pensar no processo de impressão, ou seja, na parte física do projeto, os tipos de impressão e materiais. Portanto, foi decidido junto a gráfica responsável, que o melhor tipo de impressão seria a impressão digital, que é um tipo de impressão que não necessita de gravação em chapa, tornando o processo mais rápido e tecnológico.

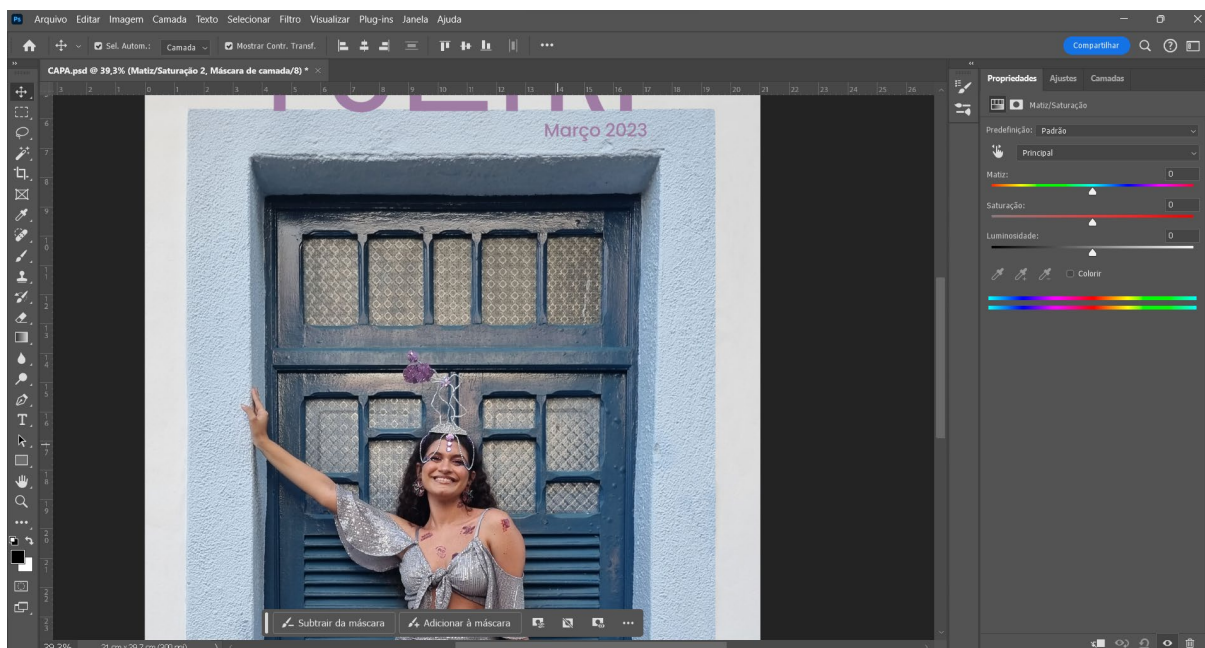
Com o arquivo digital pronto, o computador envia os comandos para a impressora, iniciando a etapa de impressão.

Os materiais utilizados para a capa foi o papel Couché brilhoso de 115g/m² (ele é um dos papéis mais utilizados na indústria gráfica, pois garante uma alta qualidade de reprodução de cores em imagens e textos). Já para o miolo, foi escolhido o papel Couché brilhoso 90g/m².

3.5.2 Softwares de edição gráfica

Foram utilizados 2 *softwares* de edição gráfica para a criação deste projeto, o *Adobe Photoshop* e o *Adobe Illustrator*. O *Adobe Photoshop* é um programa usado para edição de imagens e criação de arte digital, é o *software* mais indicado para tratamento de imagem.

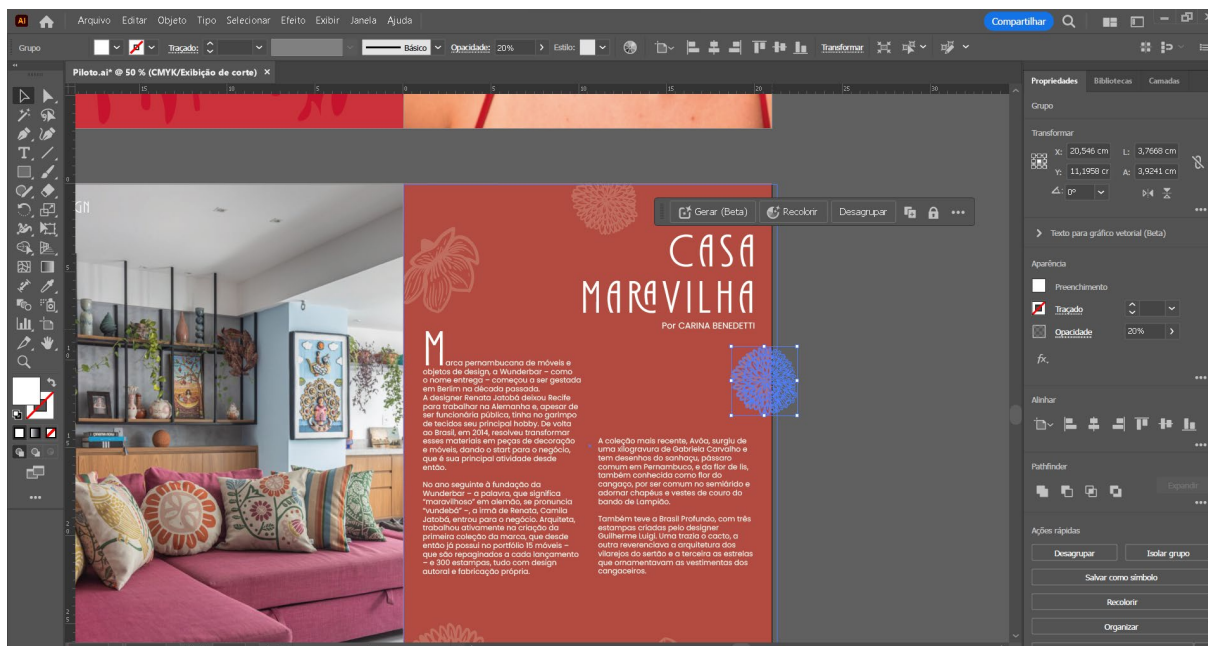
Figura 20 – Interface do *Adobe Photoshop* durante a edição da capa da revista.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O *Adobe Indesign* é o programa mais recomendado para diagramação, porém, por se tratar de um protótipo optamos por utilizar o *Adobe Illustrator*, que é um *software* utilizado em trabalhos com gráficos vetoriais.

Figura 21 – Interface do *Adobe Illustrator* durante a montagem de uma das páginas de abertura de sessão.

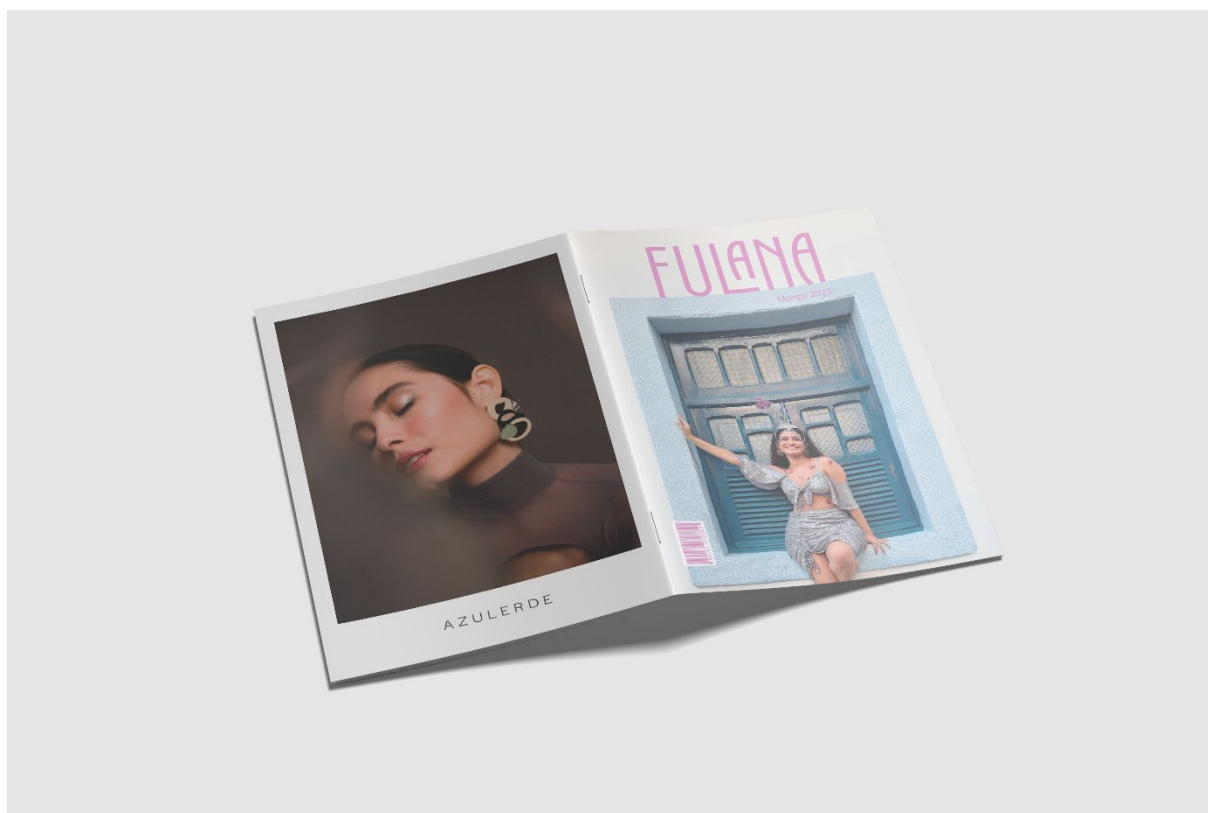


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.6 PRODUÇÃO DO MODELO

Com a produção de um modelo digital podemos conferir as dimensões e como ficaria o resultado do produto impresso, essa etapa é importante pois a partir dela podemos conferir o que precisa ser ajustado.

Figura 22 – Modelo 3D, capa e contracapa.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 23 – Modelo 3D, sumário e carta ao leitor.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 24 – Modelo 3D, revista aberta.



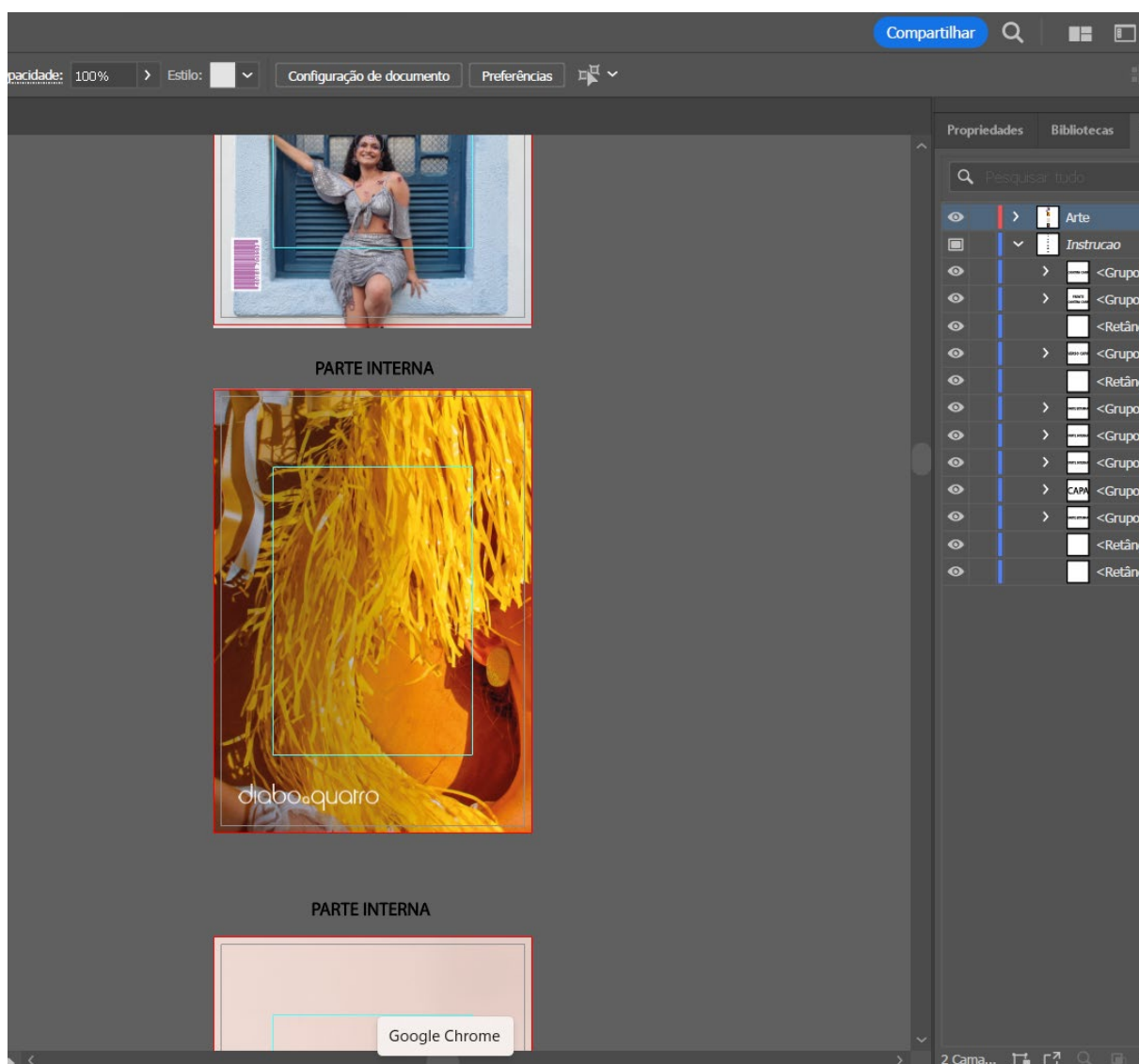
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.7 DESENHO DE CONSTRUÇÃO

3.7.1 Finalização da revista

Por fim, a revista “Fulana” foi finalizada e o projeto foi inserido no gabarito disponibilizado pela gráfica responsável e foram convertidos em PDF para o processo de impressão.

Figura 25 – Arquivo sendo preparado para a impressão.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.7.2 Ficha Técnica

Revista: Fulana

Projeto gráfico de capa e miolo: Laura Alves

Capa Foto: Stela Mergulhão

Exemplares: 10

Formato: 21x29,7

Encadernação: Canoa

Capa e Contracapa: Couché brilhoso 115g

Miolo: Couché 90g/m2

Páginas: 20

Fonte: Poppins

Tipo de impressão: Digital

Local da impressão: Printi - Gráfica Online

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em um mundo frenético e digital, no qual as informações se propagam rapidamente, as revistas se erguem como fontes de conhecimento e deleite. Entre suas páginas, encontramos um universo de histórias, imagens e ideias que nos transportam para outras épocas, nos convidam a refletir e nos inspiram a sonhar.

Com um olhar atento e sensível, este projeto teve como objetivo olhar para a moda e a cultura de Pernambuco através do design editorial. Esse objetivo foi atingido visto que se pode desenvolver um produto que mostra a moda autoral e a rica cultura do estado.

Projetar uma revista foi um desafio desde o início, primeiro na disciplina de Design Editorial, na qual precisamos entender e pôr em prática os princípios do design editorial. Em seguida neste trabalho, no qual foi necessário aprimorar e finalizar de forma satisfatória o produto. A metodologia de Bruno Munari foi essencial para que o processo de criação fosse estruturado e organizado, facilitando o andamento do projeto.

Cada projeto é uma nova oportunidade para aprender, crescer e criar algo único e especial. A ideia inicial era criar uma revista de moda e cultura ampla, portanto a ideia foi lapidada até chegar ao formato de um protótipo do que seria a original. Além da estética e funcionalidade, o design inspirador da revista se traduz na capacidade de transformar o caos em harmonia, o inesperado em oportunidades e os desafios em impulsionadores da criatividade. É sobre encontrar soluções inovadoras para problemas reais.

A “Revista Fulana” é um projeto que pretende contribuir para a área do design editorial e esperamos que o projeto seja útil para outros pesquisadores de design, moda e cultura. Além de servir como inspiração para todos aqueles que respiram a moda e a cultura. Já para ambições futuras, é possível dar continuidade ao protótipo, transformá-lo em uma revista completa e concorrer com as principais revistas do mercado.

Figura 26 – Protótipo físico: capa.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 27 – Protótipo físico: anúncio de página dupla.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 28 – Protótipo físico: sumário



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. Rio de Janeiro: Companhia Editora Nacional, 2009.

ARAÚJO, Kátia; JARDIM, Érika. A moda feminina na sociedade recifense através da revista p'ra você. *In*: CONIC – Congresso de Iniciação Científica, 8., 2016, Recife. **Anais**, Recife: UFPE, 2016. p. 01 - 03. Disponível em: [https://www.ufpe.br/documents/616030/924112/A moda feminina na sociedade.pdf/b05ee466-c83e-417a-99f0-89d9b51f6515](https://www.ufpe.br/documents/616030/924112/A+moda+feminina+na+sociedade.pdf/b05ee466-c83e-417a-99f0-89d9b51f6515). Acesso em: 2 abr. 2024.

CAVALCANTE, Virgínia; CORREIA, Manuela. O trabalho artesanal na moda autoral de Pernambuco: um estudo de caso sobre produção de sapatos de couro. **Dossiê: Moda e economia criativa**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 22, p. 39-51, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/issue/view/29/80>. Acesso em: 02 jan. 2024.

DENARDI, Davi. Conheça os elementos mais importantes de uma revista. **Revista Glifo**, 2022. Disponível em: <https://revistaglifo.com.br/design-editorial/conheca-os-elementos-mais-importantes-de-uma-revista/>. Acesso em: 26 nov. 2023.

FREITAS, Everton. Gigante no Agreste de PE: Polo de Confecções garante renda e emprego para mais de 24 mil pequenos empreendedores, **G1**, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2023/05/29/gigante-no-agreste-de-pe-polo-de-confeccoes-garante-renda-e-emprego-para-mais-de-24-mil-pequenos-empreendedores.ghtml>. Acesso em: 12 jan. 2024.

Moda no Nordeste do Brasil: descubra marcas nordestinas. **Instituto C&A**, 2023. Disponível em: <https://institutocea.org.br/moda-no-nordeste-do-brasil-descubra-marcas-nordestinas/>. Acesso em: 12 jan. 2024.

MURCHO, Ana. Qual é o papel das revistas de moda? **Vogue Portugal**, 2020. Disponível em: <https://www.vogue.pt/importancia-revistas-moda>. Acesso em: 27 jan. 2023.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

RUFINO, Carina Borges. Jornalismo de moda e consumo feminino no Brasil: aspectos histórico-culturais a partir do século XIX. **ENTREMEIOS**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 3-12, jan./jul. 2020. Disponível em: [http://entremeios.com.puc-rio.br/media/10_RUFINO,%20Carina Jornalismo%20de%20moda%20e%20consumo%20feminino.pdf](http://entremeios.com.puc-rio.br/media/10_RUFINO,%20Carina+Jornalismo%20de%20moda%20e%20consumo%20feminino.pdf). Acesso em: 12 jan. 2024.

SOROMENHO, Constança; AMARA, Ana Raquel. O que é o design? **Design de Comunicação**. Disponível em: https://issuu.com/mestrado_2012_fautl/docs/graphicdesign-fautl. Acesso em: 20 jan. 2016

APÊNDICE A – A REVISTA COMPLETA

AZULERDE







FULANA

Março 2023

11 Editorial

Laura Alves detalha a edição de lançamento da revista que celebra a rica tradição da moda pernambucana e impulsiona novos talentos.

MODA

12 MÔDA SAMBADEIRAS

As irmãs que se inspiram em elementos presentes no carnaval pernambucano para criar peças autorais e cheias de charme.



14 O diabo a quatro

Conheça a marca nascida no carnaval pernambucano e que não se limitou a ser mais uma marca carnavalesca.

CULTURA

16 Aqui e Agora

Sob o comando de Yuri Machado, o Ca-Já redefine o conceito de requinte com comida atípica e ambiente acolhedor.

DESIGN

18 Casa Maravilha

A marca Wunderbar, das irmãs recifenses Camila e Renata Jarobá, oferece produtos com propósito, estética autoral e qualidade.



20 Conheça Guilherme Lira

O designer recifense que materializou, com a marca Ceramiquinho, os animais que habitavam o universo das suas ilustrações.

EDITORIAL

NASCE UMA REVISTA

É com imensa alegria e entusiasmo que celebramos o lançamento da **Revista Fulana**. Pernambuco sempre foi um berço de criatividade e talento, e a moda pernambucana é um reflexo disso. Desde os tecidos coloridos e estampados do Alto da Moura até as rendas delicadas de Pasqueira, a moda pernambucana é uma expressão única da nossa identidade.

A Fulana tem como objetivo celebrar essa rica tradição e dar voz aos designers e artistas que estão moldando o futuro da moda pernambucana. Nas páginas da revista, você encontrará perfis de designers talentosos, editoriais de moda inspiradores e cobertura dos eventos mais importantes do mundo da moda pernambucana.

Fulana é mais do que apenas uma revista de moda. É uma plataforma para celebrar a criatividade, a cultura e a beleza de Pernambuco. É um espaço para que os designers pernambucanos mostrem seu trabalho para o mundo e para que os amantes da moda possam descobrir novos talentos e se inspirar.

Gostaria de agradecer a todos que tornaram este lançamento possível: aos nossos colaboradores, aos nossos anunciantes, aos nossos parceiros e, especialmente, aos nossos leitores. Sem vocês, nada disso seria possível.

Convido você a se juntar a nós nesta jornada de celebração da moda pernambucana!

Laura Alves

EXPEDIENTE

Equipe

Editora de redação: Daniela Falcão
Designer: Laura Alves

Colaboradores

Mô das Sambaadeiras
Nordestessa

Contatos

81 3123-4567
contato@revistafulana.com.br
@revistafulana

Impressão

Print Gráfica
vendas@printi.com.br
11 4119-3850

Publicação

Four Designer
comercial@4designers.com.br
81 3701-5668
Rua Pereira Leite, 323, Centro, Caruaru, PE

Encontre

Mô das Sambaadeiras

@modesambaadeiras

Diabo a quatro

@diaboaquatro.leja

Duas Design

@duas

Wunderbar

@wunderbarbrasil

Ceramiquinho

@ceramiquinho

Ca-Já

@vampiracaja

Michelle Lingerie

@officialmichellingerie

Azularde

@azularde

MODA

MODA SAMBADEIRAS

Por LAURA ALVES

Marca de moda feminina que surgiu da junção criativa e artística de duas irmãs, gêmeas **Julieta e Steia Mergulhão**, ambas com o desejo de gerar impacto social positivo através da cultura, arte e empoderamento feminino.

O nome da marca surgiu das Sambaadeiras, uma bateria feminina de samba, com mais de 150 mulheres que desfilam no carnaval de Olinda/PE desde 2008, um grupo pioneiro que influenciou a criação de outros, inspira, empodera e proporciona um ambiente acolhedor.

Essa é a essência que a **MôdaSambaadeiras** quer espalhar através de uma produção que valoriza a mão de obra de mulheres, gera ofício e renda.

Scilla Mota
@modesambaadeiras

A modelo usa brinco, tiara, top, saia e bolsa **Mô das Sambaadeiras**



MODA

ODIABO A QUATRO

Por LAURA ALVES

Brinco Labaredas
R\$ 66,90Brinco Coração em brasa
R\$ 57Brinco Al que delicia
R\$ 33,90

Tais Fernandes, a idealizadora e designer por trás da Diabo A Quatro, conta que depois de anos trabalhando para empresas da área, desbravando quatro continentes, resolveu criar uma marca própria com design autoral.

A Diabo A Quatro surgiu em novembro de 2017 no Recife. A marca foi criada inicialmente para o carnaval, expressão máxima da cultura pernambucana. Seu nome foi extraído da expressão popular "diabo a quatro", advinda do teatro francês, que tinha o intuito de causar alegria, espanto e representava grande ousadia em peças com críticas sociais. Posteriormente, também ganhou o significado de diversidade, variedade.

O sucesso da primeira coleção e a empatia do público deram combustível para que Tais seguisse adiante. A marca possui um mix de produtos variados e suas criações vão da calmaria à explosão de cores e formas, de acordo com a época, abordando nas coleções assuntos pertinentes à atualidade.

"Priorizo uma moda mais slow, com menos carreira e mais cuidado, valorizo a mão de obra local e feminina e a liberdade criativa, sem medo de ousar. Personalidade? Aqui tem de sobra!".

Saiba Mais
Diabo A Quatro - @diaboquatroja

14



A modelo usa
Brinco Labaredas
R\$ 66,90

15

CULTURA

AQUI E AGORA

Por CARINA BENEDETTI

O chef Yuri Machado tem em seu currículo passagens por restaurantes renomados no Brasil e nos Estados Unidos. Ele queria conhecer o mundo e ganhar experiência. Conseguiu. Mas a vontade de voltar para o Nordeste falou mais alto.



16

Assim nasceu, em 2018, o Cá-Já. O restaurante, que fica em um casarão no simpático no bairro dos Afritos, em Recife, é famoso por clássicos reinventados – e pela porta da construção original de 1950 – como a Galinhada, o Nhoque de Chomboril, a Coxinha de Língua e o Guisado de Caruru.

Nascido em Sergipe, Yuri se mudou aos 18 anos para Pernambuco para cursar Gastronomia na Universidade Federal Rural. Nas férias, enquanto os colegas descansavam, Yuri labutava em clássicos recifenses, como o Ponte Nova (leia mais sobre ele aqui) e o Thaál Cuisine. Estratégico, usava o salário para bancar estágios não remunerados fora do país. Só em Nova York, passou pela Panca, Glasserie e Cosme, e aproveitou o máximo da experiência na cidade.

Tudo pensado para quem sabe apreciar o aqui e o agora!

Saiba Mais
Cá-Já - @vampiraocaja

Não à toa, quem visita o Cá-Já se depara com entradinhas como o Bolinho de Siri e o Caldinho de Sururu e pratos principais como a Peixada e o Arroz de Coração. O toque de Yuri Machado às receitas tão tipicamente nordestinas se faz presente não apenas na apresentação, mas na atualização de sabores e texturas. Quer mais um exemplo? O Creminho de Goiabada brinca com camadas e com o contraste do doce da fruta e do azedinho do queijo, repaginando uma sobremesa com raízes brasileiras.

O ambiente, rodeado de plantas e arte, é um convite para estender o late lunch para drinks com comidinhas para compartilhar. Desde janeiro, o Cá-Já conta com uma nova carta de bebidas, todas pensadas pela consultoria do enólogo e mixologista Júlio Rizzato, do Boca Belha Drinks & Cocktails.



17



DESIGN

18

CASA MARAVILHA

Por CARINA BENEDETTI

Marca pernambucana de móveis e objetos de design, a Wunderbar – como o nome entrega – começou a ser gestada em Berlim na década passada. A designer Renata Jatobá deixou Recife para trabalhar na Alemanha e, apesar de ser funcionária pública, tinha no garimpo de tecidos seu principal hobby. De volta ao Brasil, em 2014, resolveu transformar esses materiais em peças de decoração e móveis, dando o start para o negócio, que é sua principal atividade desde então.

No ano seguinte à fundação da Wunderbar – a palavra, que significa “maravilhosa” em alemão, se pronuncia “vunadabá” –, a irmã de Renata, Camila Jatobá, entrou para o negócio. Arquiteta, trabalhou ativamente na criação da primeira coleção da marca, que desde então já possui no portfólio 15 móveis – e 300 estampas, tudo com design autoral e fabricação própria.

A coleção mais recente, Avôa, surgiu de uma xilogravura de Gabriela Carvalho e tem desenhos do sanhaçu, pássaro comum em Pernambuco, e da flor de lis, também conhecida como flor do cangaco, por ser comum na semiárida e adornar chapéus e vestes de couro do bando de Lampião.

Também teve a Brasil Profundo, com três estampas criadas pelo designer Guilherme Luigi. Uma traz o cacto, a outra reverenciava a arquitetura dos vilarejos do sertão e a terceira as estrelas que ornamentavam as vestimentas dos cangaceiros.

O sucesso da marca se deve a uma receita que costuma dar certo: produto com propósito, estética autoral e qualidade. A Wunderbar é mesmo “maravilhosa”.

Saiba Mais
Wunderbar - @wundebarbrasil

19

CERAMIQUEIRO

Por CARINA BENEDETTI

Durante a pandemia, muita gente investiu em hobbies que não vingaram – quem não tentou assar pães ou fazer uma mini-horta em casa? Mas toda regra tem sua exceção e a história do designer gráfico pernambucano **Guilherme Lira, 31**, é uma delas. Trancado em casa, decidiu aperfeiçoar-se na arte da cerâmica para despolir a cabeça das horas contínuas passadas na frente do computador. Nasceu assim, em 2020, o **Ceramiquinho**, marca que transforma argila em “bibiéis brasileiros”.

À época, Guilherme morava em São Paulo e dedicava boa parte de seu tempo ao design de livros infantis. A experimentação com a cerâmica começou sem pretensão alguma. A argila era moldada em casa e enviada para um ateliê para que fosse feito o processo da queima. Quando a peça voltava, era a hora de começar a pintura. “A Ceramiquinho nasceu como uma forma do meu trabalho de ilustração ganhar o mundo 3D”, lembra o recifense.

Até hoje, as peças da Ceramiquinho são 100% artesanais – “depende tudo dessas mãozinhas aqui”, brinca o designer mostrando as mãos. O Brasil, o Nordeste e, principalmente, Pernambuco, são fontes de inspiração, além do Carnaval e da fauna brasileira.

Respeitando o próprio tempo, e também o da arte, Guilherme trabalha com pronta- entrega, ou seja, expõe apenas o que já está feito. As peças da Ceramiquinho estão à venda no site, que envia para todo Brasil, e nos eventos pontuais que o designer participa. Por isso, é preciso ficar de olho nas redes do ilustrador e também da marca.

Saiba Mais
Ceramiquinho - @ceramiquinho

Foto: Bruno Pontual e Danilo Catão

20



