

Linguagem visual em revistas de moda: uma análise da direção de arte das capas da revista Vogue Brasil¹

Júlia Klein DALBEN²
Denise Aristimunha DE LIMA³
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo realizar uma análise da linguagem visual de seis capas, na perspectiva da direção de arte entre os anos de 2020 e 2022. A metodologia aplicada foi a análise de conteúdo baseada na autora Bardin (2016). Foram analisadas os elementos de direção de arte de seis capas e uma análise conjunta delas a fim de entender se existem semelhanças ou não entre elas e como elas expressam a cultura brasileira. Com isso, entendeu-se que as capas expressam uma linguagem concisa que constrói uma identidade visual única que auxilia no reconhecimento do público, no consumo de revistas, na moda e ainda na construção de identidades.

PALAVRAS-CHAVE: Revistas de Moda; Direção de arte; Revista Vogue Brasil; Projeto Gráfico; Identidade Visual.

UM ESTUDO VISUAL PELAS CAPAS DA REVISTA VOGUE BRASIL

Antes de mais nada, é interessante pontuar que a presente pesquisa é fruto de um trabalho de monografia realizado para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

Em relação a pesquisa, tendo em vista o crescimento exponencial do consumo de moda e o seu papel de “representação coletiva e de compartilhamento de valores na sociedade contemporânea” (FAÇANHA ; MESQUITA, 2018, p. 13), vê-se as revistas de moda, que ganharam espaço nesse universo a partir do século XIX, como veículos de disseminação de valores e de comercialização para esse mercado. Por isso, os aspectos

¹Trabalho apresentado na IJ 02 – Publicidade e Propaganda do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

² Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, UNIPAMPA. email: julia-dalben@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação. Professora da Universidade Federal do Pampa. email: deniselima@unipampa.edu.br

visuais presentes na composição de um projeto gráfico de revistas de moda são relevantes para a construção de sua identidade e para o aumento do consumo no mercado da moda.

Então, definiu-se como objeto de estudo da presente pesquisa, a Revista Vogue Brasil, que se faz presente tanto no meio digital, através da plataforma da revista digital, quanto físico, através da revista impressa. As edições apresentam o mesmo conteúdo, tendo apenas como diferença o formato de veiculação.

Parte-se então para o problema de pesquisa que é: “Como a Revista Vogue Brasil estrutura a linguagem visual das capas na ótica da direção de arte?”. Ainda, como objetivo geral, pretende-se realizar uma análise da linguagem visual das capas da Revista Vogue Brasil, na perspectiva da direção de arte, entre os anos de 2020 e 2022. Os objetivos específicos partem da ideia da construção da linguagem visual, são eles: (1) pesquisar os elementos da direção de arte; (2) examinar a tipografia, as cores, as imagens e a composição das capas; (3) analisar o conjunto das capas para compreender se há semelhanças ou não entre as publicações.

Em relação aos procedimentos metodológicos que foram utilizados no presente trabalho, optou-se pela aplicação da análise de conteúdo proposta pela autora Laurence Bardin no livro intitulado *Análise de Conteúdo* (2016). Bardin (2016, p. 33) explica que “estas técnicas implicam um trabalho exaustivo com suas divisões, cálculos e aperfeiçoamentos incessantes do *métier*”.

Aqui, foi escolhido analisar seis capas da revista, selecionadas a partir da regra de representatividade, mais especificamente, representatividade brasileira. As capas que foram analisadas trouxeram como foco a cultura do Brasil, seja por meio de personalidades brasileiras como artistas, por exemplo, ou através de elementos da direção de arte em si, como ilustrações ou fotografias.

Também, neste passo, definiu-se o método qualitativo como procedimento de análise. Segundo Maria Helena Michel (2009, p. 37), a pesquisa qualitativa “convence na forma da experimentação empírica, a partir de análises feitas de forma detalhada, abrangente e consistente, assim como na argumentação lógica das ideias”. Ou seja, utilizar a pesquisa qualitativa possibilitou elaborar deduções em relação à direção de arte das capas da revista Vogue Brasil através da interação e interpretação.

Neste método, foi necessário definir algumas categorias de análise: (1) **Leis gerais de configuração**, sub-categorizada em equilíbrio, tensão, nivelamento/aguçamento, atração/agrupamento e figura/fundo; (2) **Elementos do design**, sub-categorizada em ponto/linha/plano, forma, direção/movimento, cor/tom, textura, escala/dimensão e tipografia/grid; (3) **Técnicas**, sub categorizada em equilíbrio/instabilidade, simetria/assimetria, regularidade/irregularidade, simplicidade/complexidade, minimização/exagero, transparência/opacidade e sutileza/ousadia.

Para realizar o procedimento de análise, essas categorias e subcategorias foram dispostas em tabelas que tem como intuito confrontar os elementos categorizados com as capas selecionadas. Cada capa apresenta três tabelas com uma análise individual dos elementos de direção de arte e, a partir delas, uma análise conjunta a fim de entender os elementos de identidade visual.

Em relação ao embasamento teórico dos capítulos se baseou na pesquisa bibliográfica cujo as principais obras e autores que foram utilizados nessa pesquisa foram Sintaxe da Linguagem Visual (1997) com autoria de Donis A. Dondis, Novos Fundamentos do Design (2008) das autoras Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips, Arte e Percepção Visual (2017) de Rudolf Arnheim e Layout: o design da página impressa (2002) do autor Allen Hurlburt. Ainda, Astrid Façanha e Christiane Mesquita com a obra Styling e criação de imagem de moda (2018), Milton Ribeiro com a obra Planejamento Visual Gráfico (2003), Daniela Schmitz e Solange Wajnman com a obra A moda produzindo costuras (2018) e Nina-Sophia Miralles com a obra Nos bastidores da Vogue: A história da revista que transformou o mundo da moda (2021) para a construção de ideias voltadas a revistas de moda.

Ainda, fez-se necessário falar sobre cultura brasileira, com isso, a bibliografia a ser utilizada são Identidade Cultural na Pós-modernidade (2006) de Stuart Hall, O povo brasileiro (2014) de Darcy Ribeiro e Cultura Brasileira (2006) de Aldo Vannucchi. Por fim, foram feitas pesquisas em páginas e sites da *internet*.

Em relação às análises e os resultados obtidos, é possível afirmar que, apesar de algumas diferenças presentes em cada categoria, as capas da revista Vogue Brasil seguem uma linguagem visual que preza por poucos elementos, dispostos de uma maneira que transmitem equilíbrio e seriedade. Com a utilização de cores, contrastes,

grid e textura tornam as personagens principais das capas figuras imponentes e de destaque em todas as páginas.

Já o padrão tipográfico serifado, utilizado em todas as páginas, auxilia nos aspectos visuais, compositivos e também como um facilitador na continuidade da leitura, visto que, ela é feita da esquerda para a direita e o olho do leitor percorre esse caminho fazendo com que ele passe o olhar por todos os aspectos da página. Então, através desses aspectos, a identidade visual das capas da revista Vogue Brasil se estrutura.

Analisando o processo como um todo, acredita-se que os resultados obtidos são importantes para o campo da comunicação, visto que, trouxe um estudo detalhado sobre direção de arte, salientando como os aspectos de identidade visual são necessários para a construção de uma linguagem atraente, concisa e que cause identificação e reconhecimento imediato pelo público em relação ao produto consumido. Ainda, mostrou como uma revista de renome mundial é capaz de dar visibilidade à cultura de um país em suas edições, neste caso, a edição brasileira. Esse aspecto é importante visto que traz visibilidade, auxilia na disseminação e na valorização de artistas e também da cultura nacional mundialmente.

Tratando especificamente do problema de pesquisa e dos objetivos, as análises das capas auxiliaram no entendimento de como a linguagem visual se estrutura através de elementos e técnicas visuais da direção de arte e em como elas estruturam a identidade visual da Revista Vogue Brasil.

Por fim, o trabalho mostrou como a direção de arte é pertinente para a construção de uma identidade visual que impacte, tornando as revistas de moda objeto de desejo para os consumidores. Também, influencia diretamente em aspectos de consumo e na construção de valores da sociedade atual.

REFERÊNCIAS

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: Uma psicologia da visão criadora**. ed. rev. e aum. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016

BOZINOSKI, Monica. **Once upon a time in Vogue**. [S. l.], 28 jul. 2022. Disponível em:

<https://www.vogue.pt/vogue-historia-primeiras-vezes#:~:text=Em%201909%2C%20Cond%C3%A9%20Montrose%20Nast,Arte%2C%20Estilo%20e%20textos%20jornal%C3%ADsticos>. Acesso em: 27 jun. 2022.

CASTRO, Mariana. *In: Dossier. A história da Vogue Brasil*. [S. l.]. Disponível em: <https://dossierartsandfashion.com/a-historia-da-vogue-brasil/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

DABNER, David; STEWART, Sandra; ZEMPOL, Eric. **Curso de Design Gráfico: Princípios e práticas**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014. ISBN 978-85-65985-64-2.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Christiane. **Styling e criação de imagem de moda**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2018. ISBN 978-85-396-2482-9.

GOUVEIA, Melissa Correa. **Jornalismo De Moda: Uma Análise Das Capas Da Revista Vogue Nos Períodos Pré E Pós Digital**. Orientador: Prof. Me. Cesar Luis Mulati. 2020. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) - Universidade De Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, 2020. Disponível em: <https://jornalismounaerp.com.br/wp-content/uploads/2022/04/Gouveia-Melissa-Ferreira.-Trabalho-de-Conclusao-de-Curso-Jornalismo.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2022.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós Modernidade**. 11.ed. Rio de Janeiro, DPE&A, 2006

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 2002.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos Fundamentos do Design**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008. ISBN 978-85-7503-239-8.

MIRALLES, Nina-Sophia. **Nos bastidores da Vogue: A história da revista que transformou o mundo da moda**. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2022. ISBN 978-65-5587-642-0.

MIRALLES, Nina-Sophia. **Nos bastidores da Vogue: A história da revista que transformou o mundo da moda**. 1. ed. [S. l.]: Record, 2021. ISBN 9786555876420.

OLIVEIRA, Cristyele. **Vogue: conheça a história da revista de moda mais famosa do mundo**: Considerada a “Bíblia da Moda”, a revista Vogue é a publicação de moda mais importante do mundo com mais de 100 anos de história. Conheça. *In: Área de*

MULHER. ÁREA DE MULHER. [S. l.], 2022. Disponível em:
<https://areademulher.r7.com/moda/historia-da-revista-vogue/>. Acesso em: 26 dez. 2022.

PANAMERICANA: Escola de arte e design. *In*: ESCOLA DE ARTE E DESIGN, Panamericana. Conheça A História Da Revista VOGUE, A Mais Famosa Publicação De Moda Do Mundo. [S. l.], 16 jul. 2021. Disponível em:
<https://www.escola-panamericana.com.br/conheca-a-historia-da-revista-vogue-a-mais-famosa-publicacao-de-moda-do-mundo/#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20da%20VOGUE%2C%20mais,tornaria%20uma%20marca%20reconhecida%20mundialmente>. Acesso em: 10 dez. 2022.

PINA, Barbara Maria de. **A construção de imagem de marca da Vogue**. Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília – UNB, 2016. Disponível em:
file:///C:/Users/Melissa/Downloads/2016_BarbaraMariaDePina_tcc.pdf. Acesso em 19 de julho de 2022.

REIS, Ana Cristina. **‘Vogue Brasil’ conta 42 anos de história a partir de cem capas**: Exposição mostra tops, personalidades e celebridades retratadas pela revista. *In*: OGLOBO. [S. l.], 2017. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/ela/moda/vogue-brasil-conta-42-anos-de-historia-partir-de-cem-capas-21773421>. Acesso em: 26 dez. 2022.

RIBEIRO, Darcy. **O povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. Rio de Janeiro: Companhia de Bolso, 2011

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico**. 8. ed. rev. Brasília: LGE Editora, 2003.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**. São Paulo: SENAC, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Hackers Editores, 2001.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 4. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

SCHMITZ, Daniela; WAJNMAN, Solange. **A moda produzindo costuras**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2018. ISBN 978-85-473-1837-6.

SOUZA, Leonam. **CONFIRA AS CINCO REVISTAS DE MODA MAIS FAMOSAS DO MUNDO**. [S. l.], 2021. Disponível em:
<https://falauniversidades.com.br/confira-as-cinco-revistas-de-moda-mais-famosas-do-mundo/>. Acesso em: 27 jun. 2022.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Guarapuava/PR – 08 a 10/06/2023

TYLOR, Edward. **Primitive Culture**. Londres, John Mursay & Co. [1958, Nova York, Harper Torchbooks.], 1981.

VANNUCCHI, Aldo. **Cultura Brasileira**. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

VOGUE Brasil. [S. l.]: Condé Nast, 2022. Disponível em:
<http://vogue.pressreader.com/vogue-brasil>. Acesso em: 25 jun. 2022.

WEIDLICH, Maria Teresa de Moraes. **A informação de moda da revista Vogue na rede social Instagram**. 2014. 197 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - UCRGS. Porto Alegre, 2014