Revista TO BE: moda, comportamento e tecnologia

TO BE Magazine: fashion, behavior and technology

Mariana Lima de Oliveira, Marina Anderle Giongo, Silvia Sciortino Parera

Graduandas do Centro Universitário Feevale

revistatobe@gmail.com

Resumo

Este artigo expõe o desenvolvimento da revista TO BE, uma revista de moda publicada em meio acadêmico, que abordará questões teóricas e práticas dentro da esfera *moda, tecnologia e comportamento*. Neste intuito, apresenta os aspectos que farão parte da revista, reunidos a partir de pesquisa bibliográfica e análise de mercado. Conclui-se assim, que a revista TO BE é viável e irá preencher uma necessidade do mercado.

Palavras-chave

Revista de moda. Tecnologia. Comportamento.

Abstract

This article describes the development of the TO BE magazine's project, a fashion magazine, published in the university, that will talk about theoretical and practical issues within the subjects *fashion, technology and behavior*. In this view, presents the issues that will be part of the magazine, meeting from literature search and analysis of the market. It follows therefore, that the magazine TO BE is viable and will fill a need in the market.

Keywords

Review of fashion. Technology. Behavior.

Introdução

A revista TO BE: Moda, Comportamento e Tecnologia é uma revista de moda, gratuita, produzida em meio acadêmico, que tem como objetivo ser instrumento de crescimento da cultura de moda no Brasil. A revista surgiu a partir da necessidade de um veículo que reúna informação de qualidade na área da moda para o público acadêmico e profissional. Assim, após pesquisa bibliográfica e análise de mercado, acredita-se que é possível cumprir o objetivo deste projeto, ao interligar os assuntos moda, tecnologia e comportamento na revista TO BE, com eficiência e responsabilidade.

Conteúdo

A revista TO BE abordará dentro da esfera *Moda, tecnologia e comportamento*, presente no slogan da revista, temas que devem colaborar com o crescimento da cultura de moda através do estudo, análise e discussão no meio acadêmico e profissional. Assim, devem ter um enfoque que preze a seriedade e podem ser relacionados dentre os assuntos: história da moda e tecnologia; pesquisa de moda e tendências; tecnologia têxtil; comportamento do consumidor, consciente coletivo e macro tendências; desfiles e eventos de moda; editoriais com interpretações com interpretações de tendências; estudos acadêmicos relacionados à moda; notícias relacionadas à moda.

Dentre os assuntos abordados, a revista dedica 16% do conteúdo a publicação de adaptações de artigos acadêmicos, além de textos que abordam os assuntos a que a revista se dedica, bem como editoriais de moda e exposição de trabalhos acadêmicos.

Projeto Gráfico

O projeto gráfico da revista TO BE é minimalista. A diagramação baseia-se em retângulos, tornando o visual da revista de fácil leitura. Os textos são essencialmente em letras pretas, de formato simplificado e os títulos em preto ou branco. As imagens utilizadas ocupam um grande espaço na página, muitas delas ocupando a página inteira. Os cabeçalhos das páginas internas são coloridos, com cores específicas identificando as seções para melhor interpretação do leitor. A capa trará a cada edição uma imagem, fotográfica ou não, que desperte o interesse do leitor, em página inteira. Além da imagem, apenas o logo da revista.

Impressão

A impressão da revista será feita em papel couché fosco, com gramatura de 170gr para a capa e 90gr para o miolo. Este tipo de papel proporcionará um melhor acabamento de imagem e facilitará a conservação da revista. O formato da revista será de 15 cm x 21 cm, vertical. Este formato facilita a leitura e o manuseio da revista, portabilidade e maior facilidade de exposição nos locais de distribuição. A encadernação será por termo colagem, o que garante durabilidade e bom acabamento, assim como facilidade no manuseio.

Tiragem e periodicidade

A tiragem inicial será de 5.000 mil exemplares. A periodicidade será trimestral, ou 4 edições anuais. Este número é um balanço entre o tempo disponível para dedicação à revista, o custo de publicação e a necessidade de informação atualizada.

Profissionais

A revista TO BE necessitará de profissionais free-lance, pagos a colaboração a cada edição, bem como colaboradores voluntários, para manter um custo baixo. Assim pretende-se manter a sua característica de gratuidade. O quadro deve compor-se de: um jornalista responsável, um designer e um administrador, *freelancers*. O restante dos colaboradores será voluntário.

Locais de distribuição

A revista TO BE deve ser distribuída em locais potencialmente freqüentados pelo público-alvo, visto que é gratuita. Os locais de distribuição inicialmente serão: universidades e escolas de moda e design, estabelecimentos comerciais de vestuário e artigos de moda, bares e restaurantes que recebam público universitário.

Viabilidade

A revista será desenvolvida através da Incubadora Tecnológica da Feevale, ambiente que fornece suporte e condições para empresas iniciantes, proporcionando apoio gerencial e institucional, acesso a serviços especializados, assessoria de imprensa e jurídica, espaço físico e infra-estrutura técnica, administrativa e operacional.

Patrocínio e Publicidade

A revista TO BE dependerá de patrocínio e publicidade para a cobertura dos custos editoriais. Assim, dispõe 40% do conteúdo a publicidade e busca formar parcerias com marcas e empresas relacionadas à moda, cultura e entretenimento, que atendam ao princípio de respeito com o público consumidor. Os anunciantes serão selecionados de acordo com o perfil dos leitores, considerando-se a confiabilidade do anúncio, a integridade do anunciante, a não-ofensa ou discriminação de qualquer espécie presentes no anúncio e a adequação a linha editorial da revista. O setor comercial, executado pelo administrador da revista, será responsável pela captação de patrocinadores e anunciantes, fazendo reuniões com as empresas para apresentar as vantagens de apoiar a revista TO BE.

Pesquisa de mercado

Ao considerarmos o alcance de público que queremos atingir inicialmente, delimitamos nosso mercado ao estado do Rio Grande do Sul. Portanto, a revista TO BE não tem concorrência direta, ou seja, alguma revista do mesmo gênero em condição de gratuidade distribuída neste território. Entretanto, possuímos concorrência indireta, com revistas focadas em outros assuntos, mas que também são distribuídas gratuitamente e são concorrente principalmente em relação aos anunciantes. Ainda levam-se em conta as revistas de moda produzidas em meio acadêmico, sendo elas a edição brasileira da revista Fashion Theory e a revista dObra[s], que não são gratuitas e a revista Moda&Cultura, que não é distribuída no estado do Rio Grande do Sul.

Considerações finais

As principais conclusões deste projeto são de que a revista TO BE é uma publicação viável, que atende a necessidade do mercado de moda e é atraente ao público, tanto o público leitor como o público do mercado publicitário. É viável, pois será uma publicação de baixo custo, distribuída gratuitamente e em área de contato direto com um público específico. Essas características são adequadas ao que o mercado de moda necessita em uma revista para comunicar-se diretamente com seu público. É atraente ao público exigente a que se destina, uma vez que reúne informação de moda de qualidade, tanto teórica como prática, em uma revista com qualidade de design.

A revista permitirá a abordagem dos temas Moda, tecnologia e comportamento, através do jornalismo de moda, através da publicação de artigos acadêmicos adaptados e através da

publicação de trabalhos de alunos, exercendo também a função de propulsora do talento dos alunos do Centro Universitário Feevale.

A TO BE será uma revista diferenciada que, ao abordar questões técnicas, tecnológicas, comportamentais, mercadológicas e o que de mais importante ocorrer na moda, trará informação e discussão ao ambiente acadêmico e profissional, colaborando para o crescimento da cultura de moda no Brasil.

Referências bibliográficas

ABRIL, Editora. **Manual de Estilo da Editora Abril**. Rio de Janeiro: Editora Abril, 1990.

ANER. **O mais poderoso instrumento de venda para quem vive e faz moda**. Disponível em <http://www.emrevista.com/Edicoes/10/artigo10812-2.asp> Acesso em 03 mar 2008, 14:45.

BALDINI, Massimo. **A invenção da moda**. Disponível em <http://www.almedina.net/catalog/Livros/prefacios/9724412601.pdf> Acesso em 28 fev 2008, 22:25.

CLIX. **Jornalismo de moda na pratica**. Disponível em <http://www.clix.fot.br/wp/?p=540> Acesso em 28 fev 2008, 22:20.

COUTO, Heloísa. **Ética: uma tendência que não deve sair de moda**. Disponível em: <http://www13.unopar.br/unopar/publicacao/manchete.action?m=73> Acesso em 28 fev 2008, 22:10.

DA SILVA, Aldo Clécius Neres. **Oráculos da modernidade: O jornalismo de moda e sua relevância social**. Anais do 3º Colóquio Nacional de Moda. Faculdade CIMO, Belo Horizonte – MG. 2007.

DEUS, Ana Paula de. **A Moda na mira do Mercado**. Disponível em <http://www.facasper.com.br/jo/notas.php?id_nota=594> Acesso em 27 mar 2008, 14:30.

FARIAS, Romerita. **Jornalismo de moda: Brilho e sacrifícios**. Disponível em <http://www.revistapronews.com.br/edicoes/49/capa.html> Acesso em 29 fev 2008, 13:30.

GOULART, Alexander. **Uma lupa sobre o jornalismo de revista**. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=388DAC001> Acesso em: 28 fev 2008, 22:05.

KUSLE, Fernanda. **O que faz um bom jornalista de moda?**. Disponível em <http://dofundodoarmario.blogspot.com/2007/10/o-que-faz-um-bom-jornalista-de-moda.html> Acesso em 29 fev 2008, 13:35.

ROCHA, Gabriela. **Revistografia dá perfil das principais revistas de moda**. Disponível em <http://www.finissimo.com.br/vitrine/2007-07-18/ > Acesso em 28 fev 2008, 22:20.

SCALZO, Marilia. **Jornalismo de revista**. [s.l.]: Contexto editora, 2003.

Silvia Sciortino Parera é graduanda em Design de Moda e Tecnologia pelo Centro Universitário Feevale. Realiza estudos na área de comunicação da moda desde 2005.