

Revista Woman: uma opção de leitura para as mulheres manauaras¹

Gabriela Toshimi Melo SASAHARA²
Giselle Cristina Nascimento de HOLLANDA³
Márcia Franceline Moura de OLIVEIRA⁴
Raphael Cardoso SAMPAIO⁵
Vanessa da Costa SENA⁶

Faculdade DeVry / Martha Falcão, Manaus, AM

RESUMO

A Revista Woman é o resultado da experiência desenvolvida pelos acadêmicos na disciplina Produção de Revista no curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade DeVry / Martha Falcão, durante o semestre 2015/2. A disciplina permitiu aos alunos colocar em prática os conceitos abordados em sala, como a textualização dos fatos, titulação das matérias, segmentação, questão mercadológica e planejamento editorial. Neste sentido, produziu-se a Woman, periódico destinado ao público feminino, com o propósito de contribuir com a prática na área do jornalismo impresso de revista e reforçando a importância desse tipo de material jornalístico como ferramenta de comunicação para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Revista Customizada; Feminina; Woman.

INTRODUÇÃO

A revista Woman é voltada para o público feminino com uma linguagem coloquial. O periódico tem como objetivo principal mostrar uma mulher atual, dinâmica, atendida com o

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria PT 12, modalidade Revista Customizada (avulso).

² Aluno líder do grupo. Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da DeVry/FMF- Manaus/AM, email: gabrielasasahara@gmail.com

³ Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da DeVry/FMF- Manaus/AM, email: gisellehollanda@gmail.com

⁴ Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da DeVry/FMF- Manaus/AM, email: marciaoliveira.jornalismo@gmail.com

⁵ Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da DeVry/FMF- Manaus/AM, email: raphael.samp@gmail.com

⁶ Orientadora do Trabalho. Professora do curso de Jornalismo na Faculdade DeVry/Martha Falcão. Jornalista e Mestre em Ciências da Comunicação (Ufam), e-mail: senna.vanessa@gmail.com

cotidiano sem perder a essência da feminilidade. O nome foi escolhido com o intuito de abranger todo o universo feminino, unindo em suas páginas entretenimento, cultura, saúde e moda, acompanhando as tendências nacionais, porém redirecionando o que acontece na esfera nacional para a realidade local.

Para dar início à produção da revista, realizou-se uma pesquisa de viabilidade com o público-alvo, ou seja, mulheres de 25 a 30 anos, para elaboração da linha editorial do produto, e para comprovar a expectativa de circulação da revista. Constatamos que são pessoas que gostam de se manter informadas sobre todos os assuntos que envolvam a feminilidade e o universo feminino, desde colorimetria capilar até empreendedorismo e projetos sociais.

A revista Woman nasce com o intuito de inovar e trazer para a realidade amazonense tendências exploradas pelas principais publicações do eixo sul-sudeste do Brasil. Partiu-se de uma ideia diferente das publicações já existentes no âmbito manauara e o nome foi escolhido com o intuito de abranger assuntos sobre o universo feminino.

OBJETIVO

A revista Woman teve como objetivo geral permitir aos acadêmicos colocar em prática os conceitos teóricos obtidos em sala de aula sobre produção de revista. No caso deste periódico, procurou-se segmentar para o público feminino. Dentre os objetivos específicos deste produto jornalístico estão a aplicação das técnicas de produção de texto para revista, contextualização dos fatos, elaboração de legenda e titulação em jornalismo para revista, técnicas literárias aplicadas ao jornalismo, realidade e perspectivas da produção editorial, questão mercadológica e planejamento editorial.

JUSTIFICATIVA

Percebendo a ausência de uma publicação mensal voltada para o público feminino em Manaus, elaborou-se um produto que possa não só suprir a evidente carência de mercado, mas que apresente um diferencial que a torne uma publicação de relevância para mulheres manauaras.

A Woman foi pensada como uma revista mensal, direcionada para mulheres de 25 a 30 anos, de classe média e classe média alta, contendo publicações específicas para essa vertente do mercado que cresce cada vez mais, como moda, comportamento, saúde entre

outros temas, tomando o cuidado de trazer para a realidade manauara as principais tendências do mercado segmentado para o público feminino.

Dentro do conceito editorial proposto pela revista *Woman*, estão presentes pautas voltadas para a mulher como figura central, tendo como um dos diferenciais a linguagem e o ponto de vista abordado em cada material produzido.

Focada no público feminino, a revista será comercializada em bancas e disponibilizada para anunciantes e parceiros. O periódico pretende apresentar para as manauaras os produtos, serviços e principais tendências exibidas no eixo Rio São Paulo, mostrando que há profissionais e estabelecimentos que oferecem o que tem de melhor no mercado, desmistificado a ideia de que para ter acesso a qualidade é preciso sair do Estado.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização do projeto da revista *Woman*, buscou-se referências em autores que tratam de jornalismo, de linguagens verbal e visual e sobre o estilo em revista.

Scalzo (2004) afirma que mesmo com os avanços tecnológicos a palavra escrita não deixou de ter a sua credibilidade, pois os jornais e revistas procuram informar o leitor de forma a lhe causar plena certeza de que as informações trazidas por esses veículos são de total confiança e alto grau de credibilidade. “Quem quer informações com profundidade deve, obrigatoriamente, busca-las em letras de forma. Jornais, folhetos, apostilas, revistas, livros, não interessa o quê: quem quer saber mais, tem que ler”, relatou Scalzo. Boas (1996) define que:

[...] cada veículo tem sua maneira de ser, seu estilo. Sem perder de vista certas regras básicas do estilo jornalístico, a revista-magazine compreende uma grande variedade de estilos. Sem dúvida que é uma prática jornalística diferenciada (BOAS, 1996, p. 71)

Diante do exposto, é notável que as revistas são elaboradas de acordo com teorias e conceitos do jornalismo, como práticas diferenciadas do fazer jornalístico, configuradas em estilos distintos. A “revista mensal de consumo segmentada” deve trabalhar com o conceito de notícia partindo de um modo mais amplo, aprofundando os conhecimentos sobre determinado assunto, criando um vasto campo de debate e restabelecendo um contexto maior com o objetivo de informar e entreter.

Scalzo (2004) aponta que a revista trata o leitor por “você”, fala com ele diretamente e, às vezes, com intimidade, porém, para fazer isso, primeiro é preciso ouvi-lo.

São várias as maneiras de escutar o que o leitor quer e tem a nos dizer. Seja por intermédio de pesquisas, qualitativas e quantitativas, ou mesmo

por meio de telefonemas, cartas, e-mails enviados a redação” (SCALZO, 2004, p. 37)

Ainda de acordo com Ali (2009), a revista é feita para o leitor, ou seja, a publicação periódica, por sua natureza, tem um contato empírico com o seu público alvo.

A revista, é relacionamento. Boas revistas – como nenhum outro meio – estabelecem um clima de intimidade e amizade, inspiram lealdade e afeto. Quando o relacionamento existe, o leitor inevitavelmente responde, e muitas vezes apaixonadamente. Se ao contrário, houver um distanciamento, ele se afasta, e sem vínculo, não há revista (ALI, 2009, p. 23)

É notável que no cenário do dia a dia as publicações tenham perdido espaço, consistência e ousadia e, como causa de efeito, uma perda de influência. Ali (2009) explica que qualquer revista – nova ou já estabelecida – precisa ser explícita na resposta para uma pergunta essencial: “qual a razão de ser?”. O mercado de publicações é complicado e competitivo, isso contribui para que alguns periódicos não decolem. E para que as possibilidades de sucesso sejam ainda mais amplas, é essencial que a missão editorial esteja bem definida.

Muitas revistas não têm missões definidas ou explícitas, e, quando tem, limitam-se a inclui-la nos materiais de venda e de publicidade. A missão é chamada entre outras coisas de filosofia editorial (ALI, 2009, pg. 47)

Segmentando ainda mais o periódico, abordamos o público feminino. Para Buitoni (1986), a imprensa feminina é um dos assuntos mais estimulantes para pesquisa, devido às articulações sociais, econômicas e culturais que estão implícitas em sua estruturação. Além disso, constitui um mercado de trabalho em permanente expansão, com inúmeros produtos surgindo a cada ano, às vezes sob forma bastante novas.

Notar que as revistas são um meio feminino por excelência não é difícil. Basta observar uma banca de revistas por breves instantes para se impressionar com a quantidade de títulos destinados exclusivamente às mulheres. Em uma visita ao site da editora Abril, por exemplo, somamos 14 títulos exclusivamente femininos publicados pela empresa e apenas seis masculinos. E isto sem falar nas revistas de informação, que estão passando por uma “feminilização” intensa com a inclusão de temas considerados do universo das mulheres, como vaidade, beleza, saúde e cirurgia plástica (LOBATO, 2013, p.5)

Um público tão específico requer um tratamento todo diferenciado e este tratamento passa pela linguagem. Para que a identificação do público com o veículo exista é fundamental que ambos estejam “falando a mesma língua”. De acordo com Bagno (2003), a

língua “é parte constitutiva da identidade individual e social de cada ser humano – em boa medida, nós somos o que falamos” (BAGNO, 2003, p.16). Sabe-se que o jovem tem um jeito muito particular de se expressar e é esta expressão, próxima da identidade do jovem, que a revista *Capricho* busca. Esta busca passa pelos nomes das suas seções e editoriais.

Um dos diferenciais da revista *Woman* é o projeto gráfico. A cada dia surgem novas tendências, estilos de diagramação e preenchimento de espaços nas páginas dos veículos de comunicação. O design da revista é um de seus maiores atrativos, pois é um dos primeiros elementos que prende a atenção do leitor.

Collaro (1987) explica que a estética não é o mais importante em uma peça, porém é a que causa o primeiro impacto: portanto deve-se valer de todas as noções teórico-práticas para definir um objeto de comunicação visualizam, entretanto, a arte gráfica não servirá apenas como um detalhe estético.

Para isso, é preciso que palavras e elementos gráficos estejam interagindo, a fim de obter harmonia textual. A diagramação, assim como o texto ou a fotografia, também serve para informar. Em uma revista, o projeto gráfico é fundamental e pode ser decisivo na escolha do leitor. Hurlburt (1999) afirma que o processo de design e de layout é um pouco mais amplo do que um simples arranjo de elementos numa página impressa. “Um design só pode ter um resultado feliz se constituir a síntese de todos os dados úteis, traduzidos em palavras e imagens e projetadas de forma dinâmica” (HURLBURT, 1999, p. 94).

Já a fotografia mostra muita coisa numa imagem e atribui mais credibilidade às reportagens, utilizando a observação e informação para revelar a realidade dos fatos, como diz Souza (2004, p. 9):

A fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia, opina. Dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual. As revistas devem sempre valorizar a fotografia, para isso é preciso definir um papel com boa qualidade de impressão para que a foto saia nítida e receba seu 18 verdadeiro realce. Revista e fotografia completam-se. O fato é que a fotografia e a revista parecem ter nascido uma para a outra. Desde que foi lançada a primeira revista ilustrada, elas nunca mais se separaram. Tanto pela qualidade do papel quanto a impressão, as revistas sempre puderam, e souberam, valorizar a fotografia. (SCALZO, 2003, p.71)

Logo, sabemos que a revista não é nada sem a fotografia, ambas se completam. Ela precisa de imagens boas e a fotografia precisa ser exposta para montar o contexto do que é passado através de palavras e de imagens nítidas para agregar qualidade e credibilidade.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O editorial foi escrito pela direção editorial da publicação, aborda o mulher atual, com seus desafios e conquistas dentro do cenário cotidiano. A constante luta pela igualdade e os nuances da vida de uma mulher moderna. Ele reflete diretamente o conceito versátil da revista.

O artigo intitulado “SE TEM UMA COISA QUE A GENTE PODE...” aborda as imposições feitas pela sociedade para o gênero feminino. Aponta diretamente o que o senso comum e a cultura machista impõe para a mulher, o enquadramento perfeito da dona de casa perfeita, e ao mesmo tempo apresentando um contraponto referente ao desejo desta mulher moderna de se libertar das tão antiquadas imposições sociais

A primeira matéria de moda, intitulada “ O dia a dia de um It Girl” , tem como objetivo principal, mostrar o dia-a-dia destas subcelebridades que ganham cada vez mais espaço no mundo da moda. A matéria mostra o cotidiano desta personagem manauara que dentro do universo do Instagram dita moda para milhões de seguidores.

Já a segunda matéria “Gladiadoras: Você Sabe Quando Usar E Como Pode Combinar?”, vem como no estilo editorial de moda. Trás dicas de como quando e onde usar as tão famosas gladiadoras.

Sobre saúde, a primeira matéria é sobre “Alimente-se contra o câncer”, uma matéria que aborda diretamente cuidados básico e dicas de boa alimentação voltadas para a prevenção do câncer.

A segunda matéria sobre saúde “Temida menopausa chegou e agora?” é voltada exclusivamente para a melhor idade. A matéria aborda um ponto de suma importância para a mulher quando chega nesta fase, a temida menopausa. A matéria trás dicas de como passar por essa fase com o máximo de qualidade de vida.

Na terceira matéria “Emagreça sete quilos em apenas uma semana” focamos para o público fitness. Essa matéria trás um bate papo com um nutricionista que dá dicas para perda de peso em curto espaço de tempo. Dentro da matéria há uma tabela nutricional elaborada pela nutricionista com um cardápio fácil de ser seguido, e que promete ajudar a eliminar até sete quilos em apenas uma semana.

A quarta e última matéria sobre saúde, abordamos sobre “Gravidez: Saúde Bucal E Cuidado Pré-Natal”, pois muito se fala em saúde de gestantes, no entanto se esquece de abordar um tema simples que é a saúde bucal. A matéria apresenta curiosidades e dicas para as futuras mães, assim como ponto de vista de um profissional cerca dos cuidados com a boca.

A matéria “Calor humano na noite manauara” é de cunho social e apresenta aos leitores o projeto denominado “Historias ocultas”, encabeçado por mulheres. O projeto mostra o lado social esquecido da metrópole manauara. Fotos e depoimentos transcrevem toda a emoção que circunda esse projeto, sobre moradores de rua.

A coluna “Cantinho da testosterona” trás o ponto de vista masculino dentro do universo feminino. O artigo escrito por um homem e intitulado “Homem faz uma coisa (bem) de cada vez mesmo” mostra a visão masculina dos ‘super-poderes’ femininos de conseguir realizar várias tarefas ao mesmo tempo.

Há também uma entrevista feita com a personagem Chef Martina Caminha. Em um bate papo descontraído e cheio de revelações a advogada que atualmente é chef em seu próprio bistrô, conta as aventuras e desventuras que a tiraram do tribunal e a levaram direto para a cozinha.

A primeira matéria sobre beleza fala sobre “As mulheres e as alergias”. Abordamos a difícil vida de quem tem alergia a produtos do cotidiano feminino, como esmalte e maquiagens. A matéria apresenta soluções e alternativas para quem vive refém das alergias.

Na segunda matéria sobre beleza, “Colorimetria Capilar - a arte em cada fio de cabelo” abordamos um tema muito conhecido pelas mulheres: o famoso tingimento capilar. Além de esclarecer dúvidas básicas sobre os procedimentos, a matéria trás dicas de como cuidar do cabelo já tingido.

A terceira matéria sobre beleza trás “Novidades e modernidades da Cirurgia Plástica”. A matéria apresenta novas técnicas e popularização da cirurgia tornou o Brasil um dos líderes de procedimentos estéticos no mundo.

A quarta e última matéria sobre beleza, listamos “Versões mais baratas de produtos famosos”. Essa matéria no estilo editorial apresenta versões mais em cona de produtos famosos, como maquiagens, cremes e afins.

Segunda matéria sobre ‘sociedade’ trás o empreendedorismo feminino. “O êxito com perfume de flores” conta a história de uma das floriculturas mais tradicionais de Manaus, que é administrada por uma mulher, ha mais de 20 anos.

Outra matéria sobre empreendedorismo feminino “Um Mundo De Conquistas Em Cor De Rosa!”, mostra a história de uma universitária que mudou de vida apenas vendendo cosméticos.

Já sobre turismo, listamos “Os 4 destinos que valem à pena conhecer”. A matéria faz um passeio rápido por destinos descolados para serem explorados sozinha ou acompanhada, além de fornecer dicas ótimas para a estadia.

CONSIDERAÇÕES

Por fim, a produção de revista segmentada ao público feminino tem conquistado seu espaço e atendendo as necessidades do seu público-alvo, que passeia entre o moderno e o feminino, com desejo por informação de qualidade.

A revista *Woman* é a melhor opção para a leitura de mulheres independentes, normalmente mais integradas aos acontecimentos à sua volta, e com fome de acompanhar desde o início as tendências que vão se destacando mundo afora.

O cuidado com a diagramação e produção visual são fortes aliados na conquista desse público. A pesquisa realizada tem como objetivo principal agradar e chamar a atenção para os detalhes mais importantes da publicação, reforçando o conceito da comunicação não verbal desejada pelos autores.

Pelo exposto, julgamos o projeto da Revista *Woman* viável, agradável e com fortes chances de obter sucesso dentro da audiência aqui exposta.

A contribuição da disciplina Produção de Revista para a formação da equipe foi de suma importância. Conseguimos aplicar na prática e aprender ainda mais sobre o que já havíamos estudado na teoria. Foi uma experiência aproveitada por todos, onde foi possível trabalhar em áreas que talvez não tivéssemos o privilégio no mercado de trabalho, dominado por jornais diários impressos, televisão, rádio e portais de notícia na Internet. Sentimos que estamos preparados para produzir outra revista, cada vez melhor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BAGNO, Marcos. **A língua de Eulália: Novela sociolinguística**. 13 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa Feminina**. Universidade do Texas: Editora Ática, 1986.

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico – Teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 1987.

BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 1999.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª ed., São Paulo: Contexto, 2004. 112p. (Comunicação)

LOBATO, Mayara L. M. (2013) “**A trajetória do feminino na imprensa brasileira: o jornalismo de revista e a mulher do século XX**”. In 9º Encontro Nacional de História da Mídia.

SOUZA, Pedro Jorge. **Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004. 1ª edição.