



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

FERNANDA LEITE AURELIANO

**RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC
REVISTA CURVA**

**CAMPINA GRANDE, PB
JUNHO DE 2018**

FERNANDA LEITE AURELIANO

REVISTA CURVA

Relatório técnico apresentado ao curso de bacharelado em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, em cumprimento à exigência para obtenção do título de bacharela em Jornalismo

Orientadora: Prof^a Dr^a Verônica Almeida de Oliveira Lima

CAMPINA GRANDE, PB
JUNHO, 2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A927r Aureliano, Fernanda Leite.
Revista Curva [manuscrito] : Relatório técnico / Fernanda Leite Aureliano. - 2018.
38 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima , Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Revista Curva. 2. Produto midiático. 3. Relação de gênero. 4. Esteriótipo feminino.

21. ed. CDD 070.175


FERNANDA LEITE AURELIANO

REVISTA CURVA

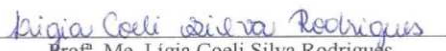
Relatório técnico apresentado ao curso de bacharelado em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, em cumprimento à exigência para obtenção do título de bacharela em Jornalismo

Aprovada em: 13/06/2018.

BANCA EXAMINADORA


Prof.^a. Dr.^a. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof.^a. Me. Jonara Medeiros Siqueira
Universidade Federal de Campina Grande (UFCG)


Prof.^a. Me. Lúcia Coeli Silva Rodrigues
Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (CESREI)

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares, em especial aos meus pais, Edilma Leite e Francisco Aureliano, por apoiarem meus estudos, minhas ideias e projetos. Pela dedicação, paciência e amor incansáveis. Por me educarem com tanto afinco, por acreditarem em mim e por me ensinarem, todos os dias, a ser sempre o melhor ser humano que posso ser. Qualquer mérito meu é também de vocês.

Aos meus amigos de curso Hyvana Rodrigues, Débora Marx, Cecy Macedo e Rafael Buarque, pelas caronas, conselhos, conversas e risadas compartilhadas. Sem vocês eu não teria conseguido suportar a rotina cansativa e a pressão da vida acadêmica.

À Thaísa Comber, por todo o meu mau humor suportado, por todo carinho demonstrado e por todas as piadas em momentos difíceis, sua alegria incansável me inspira. Por apenas ser quem você é, minha melhor amiga.

Aos meus amigos além da universidade, que aguentaram pacientemente todas as minhas crises durante esse processo e que, mesmo sem entender completamente o que se passava, compreenderam meus sumiços e retornos repentinos.

À Nathan Fernandes, meu amigo, companheiro e amor. Por toda a ajuda, sensibilidade e cuidado comigo. Sou grata por sua presença em minha vida e por tornar essa jornada terrena uma experiência sublime. Todo momento ao seu lado é um momento de alegria.

À Verônica Oliveira, minha orientadora, por ter sido a melhor orientadora que eu poderia ter escolhido. Por acreditar em mim, pelos conselhos, mensagens respondidas em horários inconvenientes, gentilezas e apoio psicológico. Com você tive a oportunidade de trabalhar num projeto com um ser humano incrível e aprendi o real significado de ser professor.

À todos os professores que, ao longo da minha graduação, tanto me ensinaram sobre essa complexa atividade humana que é a comunicação.

Finalmente, a todas as pessoas que contribuíram direto ou indiretamente com este estudo, que acreditaram no meu projeto e me deram tantas palavras de incentivo ao longo do caminho. Este projeto pertence a vocês também.

À todos os seres de bom coração, deste e de outros planos, meus agradecimentos sinceros.

RESUMO

Este relatório trata da especificação técnica e teórica por trás da Revista Curva, um produto midiático elaborado como trabalho de conclusão de curso (TCC). O objetivo da Revista é refletir questões como a inserção da mulher no mercado de trabalho nas áreas de ciências exatas e tecnológicas, propondo a construção de um material que discuta pontos como os empecilhos que dificultam o ingresso feminino nesses campos do conhecimento, as relações de gênero no cenário profissional, perpetuação de estereótipos, casos reais de preconceito e de sucesso profissional, bem como projetos que servem de incentivo para que a presença feminina se fortaleça nessas áreas do saber. Como resultado desta pesquisa, temos uma revista para além do universo acadêmico, que oferece ao público um conteúdo original e com identidade própria.

Palavras-chave: Revista; Ciência e Tecnologia; Projeto Gráfico; Mulher.

ABSTRACT

This report concerns about the technical and theoretical specification behind the Curva magazine, a media product elaborated as a undergraduate thesis. The major goal of this magazine is to reflect about subjects such as, the insertion of women in the job market of science and technology, proposing a construction of a material that discusses issues like the motives for the decrease of women ingress in these field of knowledge, gender relations in professional scenario, perpetuation of stereotypes, real cases of prejudice and professional success, as well as projects that serve asserve as incentive for the feminine presence to get stronger in these fields of knowledge. It is intended to extent this project for beyond the academic way, offering an original and self identity magazine to the public.

Key Words: Magazine; Science and Technology; Graphic Project, Woman.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Corpo do texto das matérias	22
Figura 2- Paginação	22
Figura 3 - Créditos	22
Figura 4 - Subtítulo	22
Figura 5 - Assinatura	23
Figura 6 - Título 1	23
Figura 7 - Título 2	23
Figura 8 - Título 3	23
Figura 9 - Título 4	24
Figura 10 - Título 5	24
Figura 11 - Título 6	24
Figura 12 - Título 7	24
Figura 13 - Título 8	25
Figura 14 - Título 9	25
Figura 15 - Título 10	25
Figura 16 - Título 11	25
Figura 17 - Matéria 1	26
Figura 18 - Matéria 2	27
Figura 19 - Matéria 3	27
Figura 20 - Matéria 4	28
Figura 21 - Matéria 5	28
Figura 22 - Matéria 6	29
Figura 23 - Matéria 6	29
Figura 24 - Matéria 7	30
Figura 25 - Matéria 8	30
Figura 26 - Capa	31
Figura 27 - Playlist	32
Figura 25 - Spotify	33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Contextualização	8
1.2 Objetivos	9
1.3 Justificativa	10
1.4 Público-Alvo	12
1.5 Orçamento Preliminar	12
1.6 Cronograma	13
2. DESCRIÇÃO E DETALHAMENTO TÉCNICO	14
2.1 Descrição da Revista	14
2.2 Referencial Teórico	14
2.2.1 Mulher no Mercado de Trabalho	16
2.2.2 A Importância da Representatividade Feminina da Ciência	17
2.2.3 As possibilidades do Jornalismo Multimídia	18
3. DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO	21
3.1 Projeto Gráfico	21
3.2 Tipografias	21
3.3 Cores	25
3.4 Capa	30
3.5 Recurso Multimídia	32
4. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO	34
4.1 Descrição dos procedimentos	34
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	36

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Este relatório é um detalhamento técnico e teórico das motivações e do processo criativo que resultaram na criação da Revista Curva, produto midiático produzido como Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de bacharela em Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

A Revista Curva surge como uma proposta de abordar a relação que as mulheres possuem com a ciência e a tecnologia, campos importantíssimos para a estruturação e avanço da sociedade, mas que ainda tem predominância masculina e são pouco amistosos com o gênero feminino. Pensando na falta de representação e identificação das mulheres presentes nessas áreas, intenciona-se a criação de um veículo de informação que supra a necessidade de informação e valorização delas nesse mercado de trabalho e área de conhecimento.

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP) revela, em uma pesquisa realizada em 2015, que as mulheres representam 60% das pessoas que concluem curso de graduação. Por outro lado, quando são considerados apenas os cursos nas áreas de ciências a porcentagem cai para 41%, e se considerar apenas os cursos de engenharia, as mulheres são apenas 29,3% dos concluintes.

Como demonstra a pesquisa feita pelo instituto, as mulheres são maioria dentro de quase todos os campos do conhecimento, exceto nas ciências exatas. Neste contexto, a revista surge como uma forma de tornar visível a existência de mulheres nesses espaços. O trabalho propõe a construção de uma revista digital direcionada a mulheres jovens que tenham interesse ou que já atuem nas áreas de tecnologia e ciência – especialmente nas subáreas de computação, jogos digitais e engenharias, mas que não estão representadas nas revistas em circulação atualmente.

Neste contexto, o gênero revista foi escolhido pois é “encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações” (SCALZO, 2008, p.12). No caso, o intuito é criar uma identificação com o público-alvo e desenvolver um laço, fazendo com que mulheres se sintam representadas nos campos das ciências exatas e tecnologias, como uma forma de fortalecer das convicções femininas acerca de suas próprias habilidades e competências para exercer qualquer cargo que queiram.

Além do mais, o gênero revista se particulariza em relação a outros meios de comunicação pelas possibilidades variadas de formatos, cores, abordagem de conteúdos, textos, imagens e oportunidade de experimentações. A alta capacidade de mobilidade, tanto em sua forma física quanto - e especialmente - na digital, também é outro ponto positivo que facilita a propagação da informação e alcance de público.

Para a execução final deste produto, foram realizadas entrevistas, levantamentos históricos, exposições de casos de sucesso e de formas de lidar com as eventuais problemáticas que podem surgir no percurso de uma carreira profissional. Este espaço pretende ser um local de compartilhamento de conhecimento e de suporte para mulheres, oferecendo opiniões, ideias, reflexões e argumentos que contribuam com a construção de uma sociedade mais equânime para todos.

1.2 Objetivos

Objetivo Geral

- Criar um produto midiático multimídia, na modalidade revista, seu projeto gráfico e conteúdo editorial, a fim de representar e estimular o ingresso de mulheres nos campos da ciência e da tecnologia, resgatando memórias e construindo um processo de identificação.

Objetivos Específicos

- Utilizar as técnicas jornalísticas aprendidas durante o curso para apuração, registro e escrita das matérias;
- Elaborar uma identidade visual para revista que funcione como atrativo para o público alvo;
- Produzir conteúdo pertinente sobre mulheres e para mulheres;
- Estimular, por meio da revista, o ingresso de mulheres nos campos da ciência e da tecnologia, bem como a devida valorização das realizações femininas nessas áreas;
- Disponibilizar o trabalho final para qualquer pessoa que queira acessá-lo, de forma gratuita, na plataforma online ISSUU;

1.3 Justificativa

Durante muito tempo as mulheres foram vistas apenas como mães, esposas e donas do lar. Uma figura submissa ao homem, cujas vidas eram dedicadas exclusivamente à esfera da vida privada e a capacidade intelectual menosprezada. Felizmente, nas últimas décadas, as mulheres, em especial no ocidente, conquistaram alguns direitos sobre seus corpos e seus destinos, sendo capazes de determinar o que desejam fazer de suas vidas, seja em vida pública ou privada. Entretanto, alguns aspectos mais complexos dessas escolhas podem condicionar mulheres a seguirem determinados rumos, mesmo com maior liberdade de decisão.

Em uma pesquisa intitulada “O que está por trás da desigualdade de gênero na educação?”¹, realizada em 2017 pelo Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA), concluiu-se que menos de 5% das meninas pensam em seguir uma carreira de computação ou engenharia em todo o planeta. O resultado do estudo se agrava quando conclui que os pais esperam mais que os filhos homens trabalhem em áreas relacionadas à ciência e tecnologia, mesmo que as filhas mulheres possuam um desempenho igualmente bom em matemática.

Em um outro estudo, publicado em 2017 pela New York University², foi realizado um teste no qual era apresentado um jogo para meninas como sendo feito para pessoas inteligentes, no qual elas perdiam o interesse mais facilmente que os meninos. Porém, ao apresentar o mesmo jogo como sendo para pessoas persistentes, não haviam diferenças consideráveis no índice de desistência por gênero. De acordo com os pesquisadores, garotas começam se reconhecer como menos inteligentes a partir dos 6 anos de idade, mesmo que suas notas sejam maiores que a da maioria dos meninos, e essa percepção pode ser uma das causas do afastamento das meninas nas áreas de ciências e engenharias, já que estas são tidas como campos do conhecimento difíceis.

Ambos os estudos são apenas algumas das inúmeras comprovações de que as mulheres estão sendo, desde a infância, desestimuladas a ingressar em áreas como engenharia, ciências e computação, por estereótipos de gênero e entre outras dificuldades apresentadas por ser um mercado considerado masculino. Essa diferenciação é reflexo de um processo histórico, como afirmam Silva e Ribeiro (2010):

¹ Pesquisa disponível em: <[http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-49%20\(por\).pdf](http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-49%20(por).pdf)>. Acesso em: 13 mai. 2018.

² Pesquisa disponível em: <<https://www.sciencedaily.com/releases/2017/01/170126142831.htm>>. Acesso em 13 mai. 2018.

[...] a partir da formalização das ciências e a mudança dos laboratórios e observatórios do ambiente familiar para dentro das universidades, a participação da mulher ficou mais restrita. Por muito tempo, com exceções, as mulheres não puderam desenvolver pesquisas científicas nem mesmo como auxiliares, já que até recentemente eram impedidas de freqüentar as instituições de ensino, pois a elas cabia assumir o cuidado da casa, dos filhos e do marido. (SILVA e RIBEIRO, 2010, p. 1)

Assim, a sociedade passou a cultivar um conceito próprio à respeito da produção científica feminina, excluindo a mulher nesses espaços ou descredibilizando de suas contribuições. “O mundo da ciência se estruturou em bases quase exclusivamente masculinas, ora excluindo as mulheres, ora negando as suas produções científicas, através de discursos nada neutros” (SILVA e RIBEIRO, 2010, p. 2). Tais crenças levam ao desenvolvimento de estereótipos da desqualificação e/ou falta de interesse de mulheres nas áreas científicas, baseados em um problema histórico.

A proposta da revista é justamente ir de encontro os estereótipos de gêneros que habitam o imaginário popular e incentivar garotas que se interessam pelas áreas supracitadas, mostrando que não há diferenças entre o brilhantismo masculino e/ou feminino, há apenas a falta de incentivo para elas na área. O ideal é também criar um contexto no qual o trabalho de mulheres que já atuam nesses campos do conhecimento seja devidamente reconhecido, além de servir como inspiração para as outras mulheres que não se enxergavam como cientistas, programadoras e engenheiras.

No que se refere ao papel social do profissional jornalista, cabe, justamente o de identificar essas problemáticas existentes na sociedade e elaborar um trabalho capaz de preencher essas lacunas e provocar reflexões que possam influenciar a opinião pública. Marília Scalzo (2008, p.54), afirma que “o bom jornalista deve, o tempo todo, se perguntar se está fazendo o melhor, se está se dedicando a melhorar a qualidade do que faz e contribuindo para uma imprensa mais ética e mais responsável”. Ou seja, o trabalho do jornalista, mais especificamente do bom jornalista, envolve uma preocupação não só com seu trabalho de forma individual, mas com a qualidade do que ele está produzindo e da forma como isso repercute na sociedade.

Revista é um tipo de veículo informativo que possui algumas características peculiares, como o nível de aprofundamento das informações maior que o do jornal e menor que o do livro, a periodicidade que pode variar entre 15 dias e 6 meses, além da elaboração visual que mistura cores, imagens e textos. Há possibilidade de maior liberdade literária - mas sem ultrapassar o campo da ficção - e a durabilidade do material que a compõe, em caso de revistas físicas, são outros dos diferenciais desse meio (SCALZO, 2008).

Tendo em mente essas características do produto, revista Curva terá de obedecer a alguns dos critérios que a diferenciam dos jornais, livros e etc. Além do mais, neste sentido, a revista é criada e pensada para ser um produto propositalmente digital. Neste caso, é bom salientar que o produto digital se diferencia do produto impresso digitalizado, pois apresenta características específicas de material produzido para web, com a apropriação de recursos utilizados especificamente no espaço virtual.

No atual estágio da tecnologia, todas as mídias e os suportes de escrita perduram e subsistem e a sociedade vem se apropriando, de forma inventiva, da mídia digital, com o objetivo precípua de se comunicar, se informar e se divertir. (ARNT, 2002, p.7)

Assim, a revista se apresenta em um formato essencialmente digital, pensado e executado para que ela se revele dessa forma.

1.4 Público-Alvo

A publicação será direcionada ao público feminino jovem da cidade de Campina Grande, já que a cidade é considerada universitária e é referência no quesito tecnologia em todo o país, pois abriga dois cursos na Universidade Federal de Campina Grande (Ciências da Computação e Engenharia Elétrica) que possuem notoriedade em todo o território nacional por serem bem-conceituados no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE)³. A faixa etária do público a ser atingido é entre 15 e 25 anos, já que esta é faixa de idade mais comum do público universitário e momento em que são tomadas as decisões à respeito da carreira profissional. Entretanto, como o material estará sendo disponibilizado livre e gratuitamente na internet para quem quiser acessá-lo, o produto final poderá ser visualizado por quaisquer pessoas que tenham interesse na temática abordada.

1.5 Orçamento Preliminar

A produção da Revista não teve custo, pois, como não houve nenhum tipo de patrocínio ou apoio financeiro para sua execução, todo o planejamento do periódico foi pensado e realizado com recursos próprios, como a câmera usada para fazer as fotografias, ou com materiais cedidos por colegas, como o estúdio usado durante o ensaio fotográfico. Além

³ O Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) é de responsabilidade do Ministério da Educação e se trata de uma prova que avalia o nível de conhecimento dos concluintes dos cursos de graduação, analisando as competências adquiridas em sua formação.

disso, muito dos conteúdos disponibilizados gratuitamente na internet foram utilizados, como vetores, imagens de banco de dados e tipografias, conferindo aos seus respectivos autores e fontes os devidos créditos. Como este se trata de um produto multimídia, feito essencialmente para estar em uma plataforma digital, também não houveram custos para confecção, pois a plataforma na qual a revista está hospedada é gratuita.

1.6 Cronograma

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Elaboração do Projeto	X					
Referencial Teórico		X	X			
Pautas		X	X			
Entrevistas			X			
Redação e Edição das Matérias			X	X		
Diagramação			X	X	X	
Revisão Final					X	X
Orientação	X	X	X	X	X	X

2. DESCRIÇÃO E DETALHAMENTO TÉCNICO

2.1 Descrição da Revista

Como já exposto anteriormente, a Revista Curva trata de um problema social, a falta de abertura para mulheres na ciência, apresentando um material destinado principalmente para o público feminino e jovem. Tendo em mente a complexidade do assunto explorado e a necessidade de uma abordagem aprofundada, porém jovial, prezou-se pela construção de um material esteticamente colorido e que dispensa a linguagem formal, intercalando conteúdos suaves e densos.

Ao total, são oito matérias distribuídas em 38 páginas, tratando de assuntos variados. A principal delas e que, inclusive, é a manchete da capa da revista, trata da causa da problemática que a edição se propõe a discutir. É um conteúdo especial e essencialmente textual, embora possua algumas imagens, assim como as reportagens sobre o projeto universitário que estimula o ingresso de mulheres na computação, o assédio em jogos online e as histórias de mulheres cientistas que fizeram importantes descobertas.

Além desse material, cujo assunto é mais elaborado textualmente e tem um aspecto mais denso, existem outros conteúdos de cunho mais moderado. Neste caso, enquadram-se as reportagens a respeito do filme baseado em fatos reais, intitulado “Estrelas Além do Tempo”, o caso da empresária de sucesso na área de engenharia elétrica, o ensaio fotográfico, que discute a importância das mulheres se apoiarem, e as indicações de jogos com protagonistas femininas.

Os títulos de cada matéria também fazem referência à diversos termos e subáreas do conhecimento científico, fazendo alusão ao próprio universo que a revista intenciona falar. Como exemplo, ‘Histórias perdidas no Espaço’ e ‘Assista: Estrelas além do Tempo’, fazem um trocadilho com os conceitos de espaço e tempo, estudados principalmente pela física moderna.

2.2 Referencial Teórico

Desde as sociedades gregas e romanas, e até mesmo antes destas, a figura da mulher é vista com olhos que subjagam suas capacidades intelectuais e emocionais, perpetuando relações de poder e dominação ao longo dos séculos (LOURO, 2003). Embora atualmente seja possível observar as possibilidades de escolha que as mulheres adquiriram, décadas de

resistência e reivindicações foram dedicadas a lutas que iam diretamente ao encontro do que a sociedade implicava ser o papel feminino, a fim de pleitear e garantir o espaço da mulher. Tais possibilidades foram conquistadas por meio da organização de grupos de pessoas, especialmente mulheres, em sua grande maioria denominadas feministas. Sobre o feminismo, Alves e Pitanguy dizem que é um movimento social que:

Caracteriza-se pela auto-organização das mulheres em suas múltiplas frentes, assim como em grupos pequenos, onde se expressam as vivências próprias de cada mulher e onde se fortalece a solidariedade. Os pontos de vista e iniciativas são válidos não porque se originem de uma ordenação central, detentora do “monopólio da verdade”, mas porque são fruto da prática, do conhecimento e da experiência específica e comum das mulheres. (ALVES e PITANGUY, 1991, p. 8-9)

Em uma definição mais direta, as autoras afirmam que o feminismo “busca repensar e recriar a identidade de sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que se adaptar a modelos hierarquizados” (ALVES e PITANGUY, 1991, p. 8). A luta feminista nem sempre carregou este nome, apesar de sempre sê-lo, e inúmeras mulheres foram personagens fundamentais para que direitos fossem conquistados e tabus derrubados em nome si próprias e de milhares de outras mulheres das gerações seguintes, cujos nomes nem mesmo iriam saber. Oficialmente, o movimento feminista surgiu junto ao sol do ocidente no século XIX e se estendeu pelo século XX, em conjunto com a consolidação do capitalismo.

De acordo com Alves e Pitanguy (1991), durante a chamada Primeira Onda Feminista, as manifestações se concentraram nos Estados Unidos e na Inglaterra, com reivindicações pelos direitos de voto, conquista de propriedades, escolha nos casamentos, poder político e de direitos iguais aos dos homens. As sufragistas, como eram chamadas as feministas que iniciaram o movimento, eram mulheres em sua maioria burguesas, mas também haviam algumas proletárias engajadas no processo, pois trabalhavam em fábricas com péssimas condições de trabalho e recebiam valores inferiores aos homens, mesmo executando um trabalho idêntico.

Paralelamente, também foram iniciadas campanhas em prol da liberdade sexual e econômica das mulheres, mas essas questões foram aprofundadas apenas durante a Segunda Onda Feminista, que aconteceu mais tarde no século XX. Nessa fase do feminismo, que iniciou-se na década de 1960 e foi até final da década de 1980, surgiram tópicos como as desigualdades culturais e o desejo de criar uma legislação que garantisse uma série de direitos específicos para as mulheres, além da disseminação da ideia de que as mulheres poderiam

criar autonomia para viver de forma independente, por meio do ingresso delas, de forma massiva, no mercado de trabalho e da emancipação financeira e familiar.

Já na década de 1990 até os dias atuais, nos encontramos na Terceira Onda do movimento Feminista, cujas principais pautas se baseiam na redefinição das estratégias de abordagem dos assuntos em discussão. Essa onda é marcada por uma forte concepção pós-estruturalista e autocrítica, que preza pela inserção de novos questionamentos sobre as propostas que vêm sendo desenvolvidas pelas integrantes do movimento e focada nas necessidades individuais da mulher inserida na sociedade. Dentre essas questões a violência doméstica, estereótipos e a formação profissional e intelectual.

Neste caso, quando se fala à respeito de estereótipo, é bom frisar que o conceito referenciado é o concebido por Lipmann (2008), de que a opinião pública também se forma à partir de um imaginário pré-concebido que permeia nossas relações com a realidade, quando ele enfatiza que “imaginamos a maior parte das coisas antes de as experimentarmos. E estas percepções, a menos que a educação tenha nos tornado mais agudamente conscientes, governam profundamente todo o nosso processo de percepção” (LIPMANN, 2008, p. 91).

2.2.1 Mulher no Mercado de Trabalho

Como já foi dito, as opressões sociais sofridas pelas mulheres se estenderam ao longo dos séculos e foram demonstradas de diferentes formas durante cada época. No decorrer deste tempo, as pautas feministas foram se modificando conforme avanços foram sendo conquistados e outras formas de opressão foram sendo observadas.

A educação e o trabalho são apenas dois dos tópicos que precisam de espaço para a discussão dentro das pautas feministas. Só no Brasil, de acordo com dados divulgados pela Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2008, mulheres são 43,1% da população economicamente ativa no país. Entretanto, mesmo com as possibilidades de escolha dos campos profissionais a serem seguidos, alguns fatores condicionam para que as mulheres se mantenham presas a determinados rótulos.

Ao longo dos anos, a imagem da mulher associou-se a certos tipos de trabalhos, geralmente ligados à prestação de serviço ou a assistência médica e educacional. Isso ocorre graças aos estereótipos de que estas têm como papel social o de cuidadora de crianças, velhos e demais membros da unidade doméstica. Por esse motivo, a dedicação feminina ao campo das ciências e da tecnologia foram suprimidos e até mesmo desmotivados.

Sem dúvida, desde há muito tempo, as mulheres das classes trabalhadoras e camponesas exerciam atividades fora do lar, nas fábricas, nas oficinas e nas lavouras. Gradativamente, essas e outras mulheres passaram a ocupar também escritórios, lojas, escolas e hospitais. Suas atividades, no entanto, eram quase sempre (como são ainda hoje, em boa parte) rigidamente controladas e dirigidas por homens e geralmente representadas como secundárias, “de apoio”, de assessoria ou auxílio, muitas vezes ligadas à assistência, ao cuidado ou à educação. (LOURO, 1997, p. 17)

O desempenho feminino no mercado de trabalho iniciou-se em grande escala durante a Primeira e Segunda Guerra Mundial, quando os homens eram obrigados a se alistar para irem aos campos de batalha e as fábricas estiveram sem mão de obra suficiente para manter a indústria ativa. Como Alves e Pitanguy (1991, p. 16) afirmam, “historicamente, a maior participação da mulher na esfera extra-doméstica esteve sempre ligada ao afastamento masculino por motivo de guerras”.

Foi então que o governo começou a estimular o ingresso feminino no mercado, mas, quando a guerra acabou e os homens retornaram para suas funções, as mulheres já haviam percebido a necessidade de manter-se financeiramente independentes e de executarem suas próprias atividades trabalhistas, não querendo voltar para a vida exclusivamente doméstica (CARBONI, 2009).

Já no que se refere ao campo das ciências, a invisibilidade da atuação feminina era ainda mais grave. A exclusão das mulheres no ramo científico era tão explícita que Carboni (2009) afirma que as mulheres não eram tratadas como homens devido a convenção social de que sua natureza é reprodutora, intuitiva e instintiva e, portanto, insuficiente para a dedicação às ciências, já que não seriam dotadas dessa racionalidade. Assim, a atividade científica configurou-se ao longo dos anos como sendo masculina.

2.2.2 A Importância da Representatividade Feminina da Ciência

A contribuição feminina para o desenvolvimento tecnológico possui uma extensa lista de nomes cujas pesquisas e descobertas foram primordiais para o desenvolvimento da ciência e da própria sociedade, embora estes nomes sejam ocultados ou raramente citados. Como lembra Schienbinger (2001), a própria figura do cientista remete ao clássico estereótipo de Einstein, um homem, branco, de jaleco e com certa idade.

Este estereótipo, assim como as predefinições dos papéis sociais masculino e feminino, estabelecidos por meio de convenções sociais, se alastram de forma que dificulta o

desenvolvimento da identificação entre mulheres e os campos das ciências exatas e tecnológicas. Não é difícil perceber o quão forte as imagens que permeiam o nosso subconsciente social influenciam nossos desejos e inspirações, ainda mais na sociedade de consumo⁴.

Não é tão somente na circunscrição ao âmbito doméstico que se atualiza a ideologia da feminilidade. Ela ultrapassa a porta da casa e se verifica também no tipo de formação e de atividade profissional da mulher. Demarca assim espaços femininos e masculinos no mundo externo. (ALVES E PITANGUY, 1991, p. 64)

Podemos afirmar, então, que a representação social androcêntrica⁵ do imaginário acerca da persona cientista assume o papel de construtor da visão social e idealização das formas como estes profissionais são, mesmo que isto não corresponda à realidade em sua totalidade. Essas representações sociais simbolizam a forma como a sociedade interpreta a realidade cotidiana, difundindo padrões de comportamento e de pensamento.

Sendo assim, para que haja uma mudança nesta visão social androcêntrica do processo científico e tecnológico, é necessário conquistar voz e espaço. A representatividade de mulheres na ciência precisa ser interiorizada pela sociedade para que possa surtir o efeito de motivação e despertar nas mulheres o desejo e a percepção de que estas podem, conseguem e devem conquistar seu espaço em uma área cuja predominância é masculina.

O feminismo auxilia neste processo ao tornar evidente e problematizar as relações de poder e hierarquia entre homem e mulher na sociedade, como enfatiza Alves e Pitanguy (1991). É da consciência deste despertar político e social que a imagem da mulher tem a chance de elaborar-se de uma nova forma perante as ideais vigentes na sociedade.

O feminismo busca repensar e recriar a identidade do sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados e onde as qualidades 'femininas' ou 'masculinas' sejam atributos do ser humano em sua globalidade. (ALVES E PITANGUY, 1991, p. 9)

Deste modo, o trabalho foi inteiramente pensado de forma que as teorias feministas possam contribuir com a elaboração de uma imagem feminina que possa incentivar mulheres a enfrentarem os estereótipos e preconceitos que existem acerca de suas imagens no que se refere à capacidade de racionalização e realização de trabalhos que são tidos como masculinos.

⁴ Sociedade de consumo seria uma sociedade na qual os produtos e padrões de consumo e ideias estão massificados, igualando as preferências de todos. Vários sociólogos, como Bauman, Baudrillard e Bourdieu discutiram esse conceito e suas implicações.

⁵ Androcentrismo é um termo cunhado pelo sociólogo americano Lester F. Ward que simboliza a tendência de se reduzir a raça humana ao homem.

2.2.3 As possibilidades do Jornalismo Multimídia

O feminismo, suas teorias e lutas, é apenas um dos fatores que vêm proporcionando mudanças na sociedade. No que se refere à comunicação, especificamente, o surgimento de tecnologias digitais transformou a forma como a sociedade se relaciona e se comunica, reconfigurando completamente esse espaço e construindo novas maneiras de fazer jornalismo.

É neste complexo contexto, que envolve intrinsecamente tecnologia e informação, que a maior parte da humanidade encontra-se. Envoltas em um processo de constantes mudanças, as pessoas veem a todo instante a necessidade de se adaptar rapidamente às novidades que as tecnologias apresentam incansavelmente. E essas alterações exercem influência no campo da comunicação. (GIARRANTE, 2014, p. 2)

Tais mudanças se concretizam, dentre outros aspectos, na “convergência de meios”, definido por Jenkins (2009) como o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS apud GIARRANTE, 2014, p. 2). Para Giarrante (2014), o jornalismo digital, ou webjornalismo, é exemplo dessa convergência de meios, caracterizando-se no fato de ser um jornalismo veiculado e produzido para plataformas digitais.

Como a lógica da internet difere dos tradicionais meios de comunicação, as estratégias utilizadas nessa plataforma também são diferentes, pois alguns recursos só são possíveis de serem utilizados na web, como, por exemplo, o uso de conteúdo multimídia. Por conteúdo multimídia, entende-se que são “todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem associados entre si” (SALAVERRÍA, 2014, p. 30). *Hiperlinks*⁶, infográficos, ferramentas de busca, vídeos, áudio, etc., são apenas alguns desses mecanismos.

Essas ferramentas são apoios que tornam a dinâmica do conteúdo mais atraente para o leitor, além de proporcionar a criação de um produto totalmente inovador para o público, com um material completo sem ser enfadonho. Sobre as motivações que fazem com que este tipo de conteúdo seja tão atrativo, tanto para quem o publica, quanto para quem o consome, Salaverría (2014) diz que:

São vários os factos que contribuem para esta renovada eferescência: 1) a simplificação dos processos de publicação de conteúdos audiovisuais na internet; 2) a dinâmica de comunicação unilateral facilitada pelas redes sociais, que

⁶ Mecanismo que, quando clicado, redirecionada para um lugar diferente, da internet.

proporcionam uma contribuição de conteúdos cada vez mais ativa por parte dos internautas; 3) o auge dos dispositivos móveis, enquanto dispositivos de captação, distribuição e consumo de conteúdos multimédia; e 4) a estratégia de diferenciação adotada por certos meios de comunicação e pelos seus concorrentes, procurando oferecer formatos multimédia bastante avançados. (SALAVERRÍA, 2014, p. 47)

Sendo assim, a proposta da Revista Curva é de oferecer uma revista digital multimídia, para que o produto final possa atender as expectativas do público, com um exemplar editorial interessante, esteticamente agradável, interativo e com conteúdo relevante.

3. DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO

3.1 Projeto Gráfico

O projeto gráfico de uma revista é tão importante quanto o seu conteúdo, pois é a estética que, num primeiro momento, convida o leitor a examinar melhor o texto. Silva (1985, p. 13) explica que “é na diagramação onde vai se concentrar todo o segredo do discurso gráfico”. Por discurso gráfico se entende um conjunto de elementos visuais que tem como objetivo ordenar a nossa percepção, facilitando a condução da leitura (PRADO apud SILVA, 1985). Portanto, todo o projeto deve ser pensado na perspectiva de tornar o produto final esteticamente atrativo e agradável aos olhos dos leitores, utilizando os recursos como tipologia, cores, imagens, ilustrações e entre outros.

3.2 Tipografias

Para Williams (2005, p. 123), a tipologia é o recurso mais básico de qualquer material impresso, “ele costuma ser irresistivelmente apelativo e, às vezes, absolutamente imperativo para a diagramação de uma página que contenha mais de uma fonte”. O autor também destaca que, ao utilizar mais de uma fonte no projeto, se estabelece uma relação dinâmica entre os elementos, o que é favorável ao produto estético final, desde que haja harmonia entre as escolhas das diferentes fontes.

Como o público alvo da Revista Curva é jovem, as escolhas das tipologias utilizadas foram bastante diversificadas, sempre pensando em criar essa relação dinâmica entre os elementos utilizados no conjunto total. Entretanto, para facilitar a criação de uma identidade visual que também oferecesse uma ideia de continuidade e unidade, as fontes básicas de texto foram padronizadas e repetidas ao longo de toda a revista. Para tal, a fonte utilizada em todo o corpo de texto foi a Crimson regular, tamanho 13, conforme mostra a figura 1.

Figura 1- Corpo do texto das matérias

Apenas 8% das vagas de trabalho de desenvolvedores de tecnologia em todo o planeta são ocupadas por mulheres. Nas empresas de tecnologia no Vale do Silício (EUA), 11% dos cargos executivos são femininos. Estes dados

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

A mesma fonte foi também usada em toda a paginação da revista, indicando nome da publicação e o número da página, sendo o nome em fonte Crimson regular e o número da página fonte Crimson em negrito, ambas tamanho 13 (figura 2).

Figura 2- Paginação

curva - 36

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Para as indicações de autoria do texto, imagens, ilustrações e demais observações de creditação necessárias, foram utilizadas a mesma fonte e tamanho, Crimson, tamanho 13, mas em itálico, para conferir destaque e fazer notar que a informação era anexa (figura 3).

Figura 3 - Créditos

Texto: Fernanda Leite / Imagens: Divulgação

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Nem todas as matérias possuem subtítulo, mas, as que possuem, estão normatizadas em fonte Crimson negrito, tamanho 13, como mostra a figura 4.

Figura 4 - Subtítulo

O projeto universitário que combate preconceito de gênero na tecnologia, oferecendo suporte e incentivando mais mulheres a ingressarem na área de computação.

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Como normalmente os editoriais são assinados pelos editores chefes da revista em questão, para a assinatura do editorial da Revista Curva foi utilizada uma fonte que de fato lembrasse uma assinatura. No caso, a escolha foi a tipografia Bulgatti em tamanho 36, conforme a figura 5, para que também houvesse um destaque da assinatura em relação ao texto do editorial.

Figura 5 - Assinatura



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Outro elemento tipográfico que se repete ao longo da publicação é a Bebas Neue, conforme as figuras 6 e 7, por se tratar de uma fonte de fácil combinação com outros elementos estéticos, especialmente em matérias e locais cuja intenção é de fazer o leitor perceber os elementos gráficos, sem deixar a parte visual da página ficar muito cheia de elementos ou muito vazia.

Figura 6 - Título 1



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 7 - Título 2



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Nas matérias em que houve mesclagem entre as fontes para compor a tipografia do título, a fonte Bebas Neue foi utilizada como a fonte base e, no caso da figura 8, a fonte Consolas faz referência aos códigos de programação, cuja fonte utilizada nas interfaces de script⁷ é a mesma.

Figura 8 - Título 3



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

⁷ De acordo com o dicionário online de português, script são “as instruções que são necessárias para a execução de uma função ou de todo um programa para computador”.

Já na figura 9, a fonte Just Wright acompanha a Bebas Neue e possui o aspecto de escrito à mão, garantindo um tom mais informal ao título e à própria matéria.

Figura 9 - Título 4



ASSISTA
estrelas
além do tempo

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Para os demais títulos foram utilizadas tipografias diversificadas, mas todas mantinham em comum o aspecto de escrito à mão, para manter uma identidade jovial e esteticamente interessante. Todos os títulos possuem tamanhos de fontes diferentes, variando conforme a necessidade de disposição de elementos na página. As tipografias utilizadas foram Mark my Words, na figura 10, Simple Signature, figura 11, Arsenale White, figura 12, Macady, figura 13, From the Dead, figura 14 e, finalmente, Go Around the Books, na figura 15.

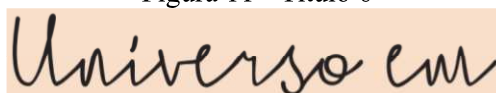
Figura 10 - Título 5



Jogos, homens e reações nucleares

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 11 - Título 6



Universo em

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 12 - Título 7



*uma playlist sobre a
força feminina!*

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 13 - Título 8

na terra o som se propaga

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 14 - Título 9

MULHERES

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Figura 15 - Título 10

POSSÍVEIS SOLUÇÕES

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Especificamente no caso da última página da primeira matéria, a tipografia foi utilizada como um elemento estético sem auxílio de nenhum outro recurso além de si própria e a cor. A intenção foi criar utilizar uma frase de impacto logo de início, para causar comoção no leitor. A fonte utilizada foi a Sifonn em toda a frase, entretanto, na primeira parte, ela estava completamente preenchida, enquanto, na segunda parte da frase, é apenas a fonte sem o preenchimento interno, conforme pode ser visualizado na figura 16.

Figura 16 - Título 11

**DURANTE
MUITO
TEMPO NA
HISTÓRIA**

ANÔNIMO
FOI UMA
MULHER

Fonte: Captura de tela da Revista Curva

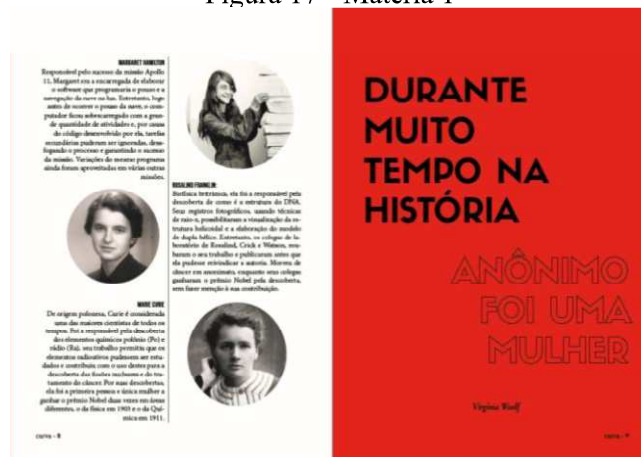
3.3 Cores

No que se refere à cor, sua função vai muito além de um recurso decorativo. Seu papel é também informativo, visto que elas comunicam de acordo com suas tonalidades e podem reforçar ou até mesmo arruinar a transmissão de uma mensagem. White (2006) diz que a cor:

[...] deve também ser reveladora para a mente. Deve ter um sentido mais amplo associado ao significado e que se afine com ele. Essa utilidade prática é muito mais valiosa que a beleza das cores, por mais estimulantes que elas possam ser. (WHITE, 2006, p. 201)

Tendo em vista a relevância da cor para a harmonia do projeto em sua totalidade e para a eficácia da mensagem que se deseja transmitir, as cores predominantes em cada matéria foram pensadas de acordo com sentimentos que cada uma delas poderia evocar no leitor. Para a primeira matéria, que se trata de um apanhado histórico de algumas mulheres cientistas, foi utilizado o vermelho em contraste com o preto (figura 17), cores que simbolizam o proibido (HELLER, 2013), reafirmando, por meio da cor, que a relevância dessas mulheres foi desconsiderada pela história da ciência.

Figura 17 - Matéria 1



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Na segunda matéria, demonstrada na figura 18, temos a presença do amarelo para falar de cientistas negras no cinema, uma cor que representa as ideias e o conhecimento científico, “o amarelo é a cor da inteligência, pertence à cabeça” (HELLER, 2013, p. 155).

Figura 18 - Matéria 2



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Para a terceira matéria (figura 19), cujo tema principal é o assédio às mulheres em jogos online, foi feito um trocadilho por meio da cor, já que “as características gerais que são atribuídas ao rosa são tipicamente femininas” (HELLER, 2013, p. 398), sendo vista como uma cor que simboliza o delicado e inocente, enquanto a reportagem fala da agressividade e da sensação de exclusividade e poder que os homens geralmente costumam deter nesse espaço.

Figura 19 - Matéria 3



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Ainda se tratando de jogos, a matéria seguinte é, na verdade, uma indicação de vários jogos cujas protagonistas são mulheres. Para esta matéria, apresentada na figura 20, a cor escolhida foi o laranja, pois esta é uma cor que simboliza a diversão, a sociabilidade e o lúdico (HELLER, 2013), características que também são comuns do objetivo maior que os jogos possuem: o entretenimento.

Figura 20 - Matéria 4



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Como a quinta matéria (figura 21) se trata de um ensaio fotográfico sobre a importância de apoiar outras mulheres, a cor escolhida foi novamente o rosa. Dessa vez, em um tom bem mais claro, pois, de acordo com Heller (2013) o rosa também traz uma sensação de sensibilidade e gentileza, justamente os sentimentos que se deseja evocar com as imagens do ensaio. Nesse caso, para além das cores, também são utilizados recursos visuais em forma de curvas, para remeter à própria identidade da revista.

Figura 21 - Matéria 5



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

A matéria seguinte é a reportagem especial da revista, cuja intenção é explicar os porquês históricos que afastaram as mulheres da posição de cientista. Essa matéria, conforme pode ser visto na figura 22, destoa um pouco do estilo que até então vem sendo utilizado na

diagramação e nas cores, ela é uma matéria mais sóbria e fria, tanto em cor quanto nas próprias escolhas das fontes, já anteriormente citadas.

Figura 22 - Matéria 6



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

No que se refere especificamente à cor, nela é utilizado o roxo e o preto, cores que simbolizam as forças ocultas, remetem até mesmo à caça às bruxas (HELLER, 2013).

Figura 23 - Matéria 6



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Já para a sétima matéria (figura 24), que relata um caso empreendimento de sucesso na engenharia, foi utilizada a cor verde. Para Heller (2013), o verde é a cor da fertilidade, do florescimento econômico e da prosperidade, portanto, uma cor bastante propícia para falar de negócios prósperos, que é justamente o tema abordado no corpo da matéria.

Figura 24 - Matéria 7



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Por fim, na última matéria, apresentada na figura 25, à respeito do projeto de extensão que visa unir e convidar mais mulheres para o curso de Ciências da Computação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), foi novamente utilizada a cor rosa, pois o próprio símbolo do projeto, que também é visível na matéria, é nesta cor, com o intuito de manter a identidade visual do projeto do qual se fala.

Figura 25 - Matéria 8



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

3.4 Capa

A capa é um dos mais importantes passos da diagramação, pois ela é o primeiro contato do leitor com a revista e com o conteúdo dela. Portanto, é essencial que sua proposta

esteja clara e que, ao mesmo tempo, sustente uma estética agradável e interessante. Para a capa da Revista Curva (figura 26), foi utilizada uma imagem histórica de uma mulher trabalhando na NASA durante os anos 1950. A imagem por si só já fala bastante sobre o conteúdo da revista, entretanto, são nas manchetes, que estão distribuídas ao redor da imagem, que o leitor pode compreender melhor do que a revista trata. Em destaque o “Mulheres na ciência” e algumas das editoriais em tamanho menor, destacando as sessões de cinema, fotografia e empreendedorismo.

Todas essas indicações são feitas com a fonte Bebas Neue, que também se repete no interior da revista, além dos próprios subtópicos, logo abaixo, que explicam melhor do que se trata cada uma dessas editoriais e contribuem com a formação da identidade visual do produto editorial, já que também utiliza a fonte Crimson, porém em itálico. Informações mais específicas, como o volume e o ano de publicação, também podem ser encontradas logo abaixo do nome da revista. Para o título da revista, foi utilizada a fonte Lie to Me, pois é uma fonte bastante curvilínea, reforçando o próprio nome da revista Curva.

Figura 26 - Capa



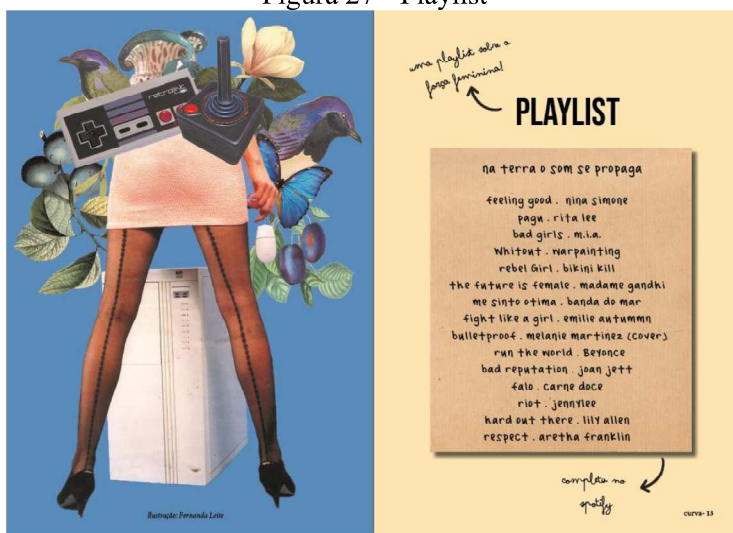
Fonte: Captura de tela da Revista Curva

3.5 Recurso Multimídia

Como citado anteriormente, conteúdo multimídia são duas ou mais linguagens associadas entre si à respeito de um assunto ou objeto (SALAVERRÍA, 2014). No caso da Revista Curva, o conteúdo multimídia é uma playlist que foi elaborada especialmente para este fim. A playlist foi pensada especificamente para as leitoras mulheres, com a proposta de listar uma série de músicas que falassem a respeito da força e da importância da voz feminina.

A arte da playlist, como mostra a figura 27, foi feita utilizando uma fonte que lembrasse letras manuscritas em um papel comum, como se a playlist fosse, de fato, uma anotação feita por uma amiga ou por alguém próximo. A intenção é criar uma sensação de proximidade e estabelecer uma relação estética agradável e íntima do leitor em questão.

Figura 27 - Playlist



Fonte: Captura de tela da Revista Curva

Entretanto, a interação multimídia acontece, de fato, com a possibilidade de clicar na playlist e ser redirecionado para uma outra plataforma, na qual consta sua versão completa e com a possibilidade de escutar todas as músicas. Para tal fim, a plataforma utilizada como suporte para a versão externa da playlist foi o Spotify⁸, por ser o serviço de streaming de música mais popular do mundo atualmente.

⁸ O Spotify tem cerca de 170 milhões de usuários em todo o mundo e foi a empresa responsável por popularizar o serviço de streaming, no qual o usuário tem a possibilidade de acessar músicas diversas, por meio de uma plataforma digital. Informação disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/companyinfo/>>. Acesso em: 27 de mai. de 2018

Figura 25 - Spotify



Fonte: Captura de tela da playlist no Spotify

A fim de que fosse possível haver um redirecionamento da revista para a playlist da outra plataforma, a plataforma que serviria de suporte para o periódico precisaria, também, oferecer alguma ferramenta que tornasse possível a criação de um hiperlink entre a revista e o Spotify. Considerando essa necessidade e outras questões como fácil acessibilidade, visibilidade e intuitividade, a plataforma escolhida para utilizar como suporte para a Revista Curva foi o Issuu.

O Issuu⁹ é a maior plataforma online de publicação de conteúdo digital, na qual são disponibilizadas diversas revistas, editoriais, livros e publicações do gênero. São mais de 20 mil novas publicações todos os dias, livres para os usuários visualizarem tanto pelo site quanto por meio do aplicativo para dispositivos móveis, como celulares e tablets. Assim sendo, a revista concretiza sua proposta de utilizar de um recurso multimídia, para dinamizar o processo comunicativo, por meio de uma ferramenta que entretém o seu público-alvo, ao mesmo tempo que cria um vínculo de proximidade com o leitor.

⁹ Informações concedidas pelo próprio site em: <<https://issuu.com/about>>. Acesso em: 27 de mai. de 2018

4. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

4.1 Descrição dos procedimentos

O planejamento da Revista Curva começou com a elaboração de um pré-projeto de trabalho de conclusão de curso, que precisava ser feito para obtenção de nota em uma das disciplinas. Neste momento, grande parte do referencial teórico foi elaborado e as sugestões para as pautas começaram a ser pensadas. Como esta parte do trabalho já estava em andamento quando o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) precisava, de fato, começar a ser executado, o andamento da revista foi primeiramente dedicado apenas para a sua produção.

Em conjunto com a orientadora, foram estipulados prazos e elaboradas metas para a conclusão do produto em tempo hábil para a apresentação do TCC. Assim sendo, iniciamos a produção das pautas, execução das entrevistas e redação das matérias. Como a grande maioria das entrevistas foram feitas com pessoas da localidade, não houveram complicações. Todas as matérias foram redigidas e revisadas em conjunto com a orientadora, para evitar erros ortográficos, inconsistências textuais e demais problemas.

Quando a produção do material em texto começou a se aproximar do fim, iniciou-se a edição do projeto gráfico, começando pela ordem da própria revista. A diagramação foi feita e refeita diversas vezes, até que o material pudesse se tornar aprazível para todos aos quais ele era apresentado, especialmente a orientadora.

Neste momento foram escolhidas as imagens utilizadas, em sua maioria fornecidas por bancos de dados Creative Commons¹⁰ de diversos museus do mundo, todos com os devidos créditos atribuídos. Aliás, este foi um cuidado especial durante toda a produção do periódico, conceder os créditos aos seus autores. Ao finalizar toda a diagramação da revista e revisar pela última vez toda a questão textual, ela pôde ser submetida à plataforma e disponibilizada online.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser um produto multimídia, executado de forma independente e com recursos limitados, a construção de uma revista como a Curva é um processo que envolve pesquisa intensa, muita dedicação e persistência. Apesar das dificuldades enfrentadas durante o percurso, a concretização deste produto é a prova de que é possível desenvolver conteúdo relevante e com estética agradável, além de unir entretenimento e questões sérias de relevância social.

Durante a execução do projeto, percebeu-se que as possibilidades do jornalismo digital e a utilização dos recursos multimídia em revistas são inúmeras. Entretanto, pela necessidade de uma equipe maior e também por questões de logística do tempo para desenvolvê-las em tempo hábil de finalizar a revista, tornaram sua execução inviável. Entretanto, como este é um exemplar piloto, estas outras possibilidades, como vídeos de bastidores da produção e podcasts sobre a temática geral extras, podem ser executadas nas próximas edições da revista.

A Revista Curva, num panorama geral, contempla as multifunções e múltiplos conhecimentos exigidos do profissional jornalista pelo mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que fala sobre questões que precisam ser discutidas no âmbito social: o lugar da mulher enquanto ser humano autônomo e intelectual. O passo a passo desse produto aborda o conceito e as motivações por trás do periódico, algo de extrema importância para sua

¹⁰Creative Commons é uma organização não governamental (ONG) sem fins lucrativos que visa expandir a quantidade de obras disponíveis, com licenças que permitem a cópia e compartilhamento com menos restrições de uso.

efetivação enquanto fonte de informação que pode, inclusive, auxiliar pesquisas mais aprofundadas e a construção de outras revistas.

Cada etapa desse projeto foi idealizado e efetivado não apenas com as teorias aqui relatadas, mas também com auxílio de grande parte do que foi aprendido em sala de aula durante a graduação. A revista foi guiada pelas técnicas de entrevista e de escrita de texto do jornalismo impresso e digital, conhecimentos de fotografia, projeto gráfico e várias outras competências assimiladas durante o curso de Jornalismo que formam o caráter do profissional e o preparam para sua jornada enquanto comunicador.

REFERÊNCIAS

ALVES, Branca Moreira & PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

CARBONI, Maria Angela. **Evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2009. Monografia (Curso de Pós-Graduação)- Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Criciúma, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/G8kaiE>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

GIARRANTE, Ana Carolina. **Aplicações da narrativa multimídia e do webjornalismo em revistas on-line**. São Paulo: [s.n.], 2013. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/mestrado/interprogramas/textos-completos-2013/>>. Acesso em: 14 maio 2018.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Editora Garamond Ltda, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/aGv2vf>>. Acesso em: 01 maio 2018.

ARNT, Héris. Do jornal impresso ao digital: Novas funções comunicacionais. **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Salvador, p. 1-11, set. 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/112387761741423585806970624436597686749.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

INEP, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. **Censo da Educação Superior**. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/guest/censo-da-educacao-superior>>. Acesso em: 12 mar. 2018.

LIPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 6 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

New York University. **"Stereotypes about 'brilliance' affect girls' interests as early as age 6, new study finds."** ScienceDaily. Disponível em: <www.sciencedaily.com/releases/2017/01/170126142831.htm> . Acesso em: 06 de mar. de 2018.

OECD. **O que está por trás da desigualdade de gênero na educação?**. (PISA), Programa Internacional de Avaliação de Alunos. Disponível em: <[http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-49%20\(por\).pdf](http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/PIF-49%20(por).pdf)>. Acesso em: 26 de fev. de 2018.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João et al. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: Labcom Books, 2014. p. 25-51. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269113483_Webjornalismo_7_carateristicas_que_marcam_a_diferenca>. Acesso em: 16 maio 2018.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

SCHIENBINGER, L. **O feminismo mudou a ciência?** Bauru, SP: EDUSC, 2001.

SILVA, Rafael Sousa. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. 5 ed. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, Fabiane Ferreira da; RIBEIRO, Paula Regina Costa. **Mulheres na ciência: problematizando discursos e práticas sociais na constituição de "mulheres-cientistas"**. VIII Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero, [S.l.], p. 1-15, abr. 2010. Disponível em: <http://files.dirppg.ct.utfpr.edu.br/ppgte/eventos/cictg/conteudo_cd/E5_Mulheres_na_Ci%C3%AAnci a.pdf>. Acesso em: 27 maio 2018.

WILLIAMS , Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis Editora Ltda., 2005.

WHITE, Jan V. . **Edição e design**. São Paulo: JSN Editora, 2006.