



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM

RELATÓRIO TÉCNICO

**REVISTA MARIA'S: UM PRODUTO MUDIÁTICO VOLTADO  
PARA A MULHER CAMPINENSE**

POLLYANE FABRÍCIA GUIMARÃES MENDES

CAMPINA GRANDE – PB

2012

POLLYANE FABRÍCIA GUIMARÃES MENDES

**REVISTA MARIA´S: UM PRODUTO MUDIÁTICO VOLTADO  
PARA A MULHER CAMPINENSE**

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> MsC. Giseli Maria Sampaio de Araújo

CAMPINA GRANDE - PB  
2012

É expressamente proibida 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 da dissertação.

M488r Mendes, Pollyane Fabrícia Guimarães

Revista Maria's [manuscrito] : um produto midiático voltado para a mulher campinense / Pollyane Fabricia Guimarães Mendes. - 2012. 17 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Selezione, 2012.

"Orientação: Profa. MsC. Giseli Maria Sampaio de Araújo, Departamento de Comunicação".

1. Revista Marias. 2. Mulheres campinenses. 3. Jornalismo digital. I. Título.

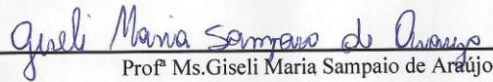
21. ed. CDD 070.402 85

POLLYANE FABRÍCIA GUIMARÃES MENDES

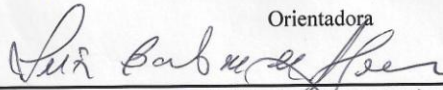
**REVISTA MARIA'S: UM PRODUTO MIDIÁTICO VOLTADO  
PARA A MULHER CAMPINENSE**

Aprovada em 24/12/2012  
Nota: 9,0

Relatório técnico apresentado como pré-requisito para a conclusão do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Sob a orientação da Professora Mestre Giseli Sampaio, submetida à aprovação da banca examinadora composta pelos seguintes membros:

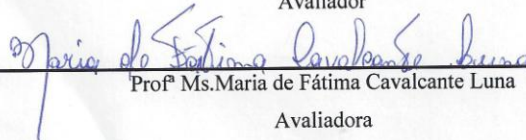
  
Profª Ms. Giseli Maria Sampaio de Araújo

Orientadora



Profº Luiz Barbosa Aguiar

Avaliador

  
Profª Ms. Maria de Fátima Cavalcante Luna

Avaliadora

## RESUMO

Este trabalho mostra como a Revista Marias foi idealizada e executada para conclusão do curso de Comunicação Social pela UEPB, no ano de 2012. Tendo como principal objetivo, inserir a mulher campinense no mundo das novas tecnologias, através da união entre o conteúdo e o lazer. O público feminino de leitoras de revista sempre foi muito amplo e, dentro deste contexto, pudemos perceber uma carência de um produto midiático e digital que fosse capaz de reunir informação e entretenimento para mulheres entre 20 e 30 anos, que estivessem se formando, realizando sonhos e alcançando metas, especificamente na cidade de Campina Grande.

**Palavras-chave:** Revista Marias. Mulheres Campinenses. Jornalismo Digital.

Ao dono de todos os meus sonhos: DEUS e aos meus pais, que o representam aqui na terra e que me dão ferramentas emocionais e concretas para que eu possa chegar cada vez mais longe.

## **AGRADECIMENTOS**

Quando sentimos um sentimento que parece não caber no peito, de gratidão e felicidade, aí está DEUS. A ele, toda minha reverência e amor para SEMPRE.

Aos meus pais, por demonstrarem todos os dias uma dedicação incondicional e um amor perfeito. Meu Pai, por ser o homem mais digno e verdadeiro que conheço e à minha Mãe, por ter nascido com o dom da maternidade. Meu espelho de força, superação e generosidade.

Ao meu esposo e eterno namorado, Pedro Ivo, pela história linda de amizade, admiração mútua e muito amor. Mesmo menino, já demonstrava ser um grande homem!

Ao meu irmão, Gustavo, por ser meu anjo da guarda aqui na terra e à minha irmã, Danielle, minha primeira e eterna professora, que me ama tanto, ao ponto de nunca desistir dos meus sonhos.

Às minhas amigas de infância, presentes que o tempo me deu: Vanessa, Camilla, Jussara, Bia e Natália.

À minha orientadora e professora na infância, que me ajudou e me compreendeu em cada etapa, me guiando mais uma vez a dar um passo importante na vida.

Por fim, agradeço ao pedaço de mim, o presente que eu pedi a Deus e veio do mesmo jeitinho que sonhei. Aquela por quem vou “Além do Horizonte” todos os dias, Maria Clara.

## SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO .....	06
2. OBJETIVOS .....	08
3. REFERENCIAL TEÓRICO .....	09
3.1. Marias: Como nasceu? .....	11
3.2. Linguagem e Estética .....	12
3.3. A Capa .....	12
4. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES .....	14
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	15
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	16
7. ANEXOS .....	17

## 1. APRESENTAÇÃO

A Revista eletrônica “Marias” surgiu como ideia para um trabalho realizado em grupo, na disciplina Edição, ministrada pela professora Giseli Sampaio, no 4º período do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, no ano de 2010. A ideia foi concluída a partir da necessidade da elaboração de um trabalho para conclusão de curso.

A referida revista baseia-se na necessidade de haver um produto jornalístico eletrônico voltado para o público feminino campinense, entre 20 e 30 anos. O público alvo da revista apresenta a necessidade de estar sempre ligado com interesses de um mundo cada vez mais veloz nas informações e na forma como elas são veiculadas. É uma mulher que tem cada hora do dia programada e que precisa ter o controle da empresa, da família e da TV nas mãos.

O nome foi escolhido com esteios nos versos da própria canção “Maria, Maria” do compositor e cantor Milton Nascimento. A música retrata uma mulher que tem necessidades e desejos, que merece ser reconhecida pelo seu esforço diário e que conta sua história baseada em suas conquistas.

Comportamento, cultura, moda, saúde, beleza, são assuntos que podem ser tratados no periódico. São assuntos que atingem o público e que são abordados com um formato prático, fácil e dinâmico. A Revista “Marias” é mais um fruto da mobilidade digital.

O jornalismo online democratizou ainda mais a informação e ganhou força nos últimos 10 anos, em nosso país. A internet conseguiu atingir a classe média, se tornando mais uma ferramenta válida de comunicação.

Essa liberdade pela busca da informação fez com que o estilo de se produzir essa informação fosse modificado. Para suprir os interesses desse novo perfil de leitores, a notícia sofreu alterações em sua apresentação. Os hipertextos ganharam um lugar de destaque.

As mudanças que estão ocorrendo no jornalismo de revista, a fim de consolidar sua participação no mundo cibernético, necessitam ser analisadas para o melhor entendimento deste tema que ainda conta com poucos estudos. A informação passa a ser distribuída de forma diferente e, por isso, consumida de forma diferente.

E para a mulher, considerada maior consumidora que o sexo oposto, são inúmeras as opções de revistas que aderiram às plataformas digitais. O perfil da leitora



representa aquela figura feminina que tanto lutou, e ainda luta, por espaços maiores dentro de uma sociedade historicamente machista, sem perder a ternura e a beleza da essência feminina. A figura que está nascendo a cada dia, pronta pra comandar o fogão e claro, cidades, países e opiniões.

A revista levanta questões como o papel da mulher enquanto cidadã, quais os seus anseios para o futuro, acrescenta a essas questões importantes a preocupação com o bem-estar, a saúde, a beleza e traz dicas de entretenimento, lazer e cultura.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GERAL**

Lançar e manter a revista eletrônica Maria's com informação sobre comportamento e entretenimento.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Divulgar empresas e serviços voltados para o público feminino na cidade de Campina Grande;

Enriquecer o conteúdo jornalístico local no contexto das plataformas digitais;

Proporcionar através do conteúdo online a sociabilidade entre as mulheres campinenses.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

Buscando uma sólida fundamentação teórica que pudesse dar bases para a consolidação de cada fase deste projeto, foram requisitadas várias referências, principalmente sobre a história do jornalismo em revista, do jornalismo nas plataformas digitais e de como o universo feminino foi sendo construído ao longo dos anos no contexto de revista.

Sabemos que as revistas nasceram com características econômicas. Foram trazidas para o Brasil pela Corte Portuguesa e se propuseram a falar sobre o assunto que lhes fez nascer: política. Apenas no ano de 1812, em Salvador, surge uma nova proposta tanto em estética quanto em assunto. A revista “As Variedades” tratava de conteúdos sobre costumes sociais e morais.

No ano seguinte, no Rio de Janeiro, a elite começou a encontrar nas revistas um ponto de apoio para garantir seus próprios interesses, nascendo, assim, a revista “O Patriota”. Em 1822, foi a vez das revistas segmentadas, com anais fluminenses sobre Ciências, Artes e Literatura.

A revista pioneiramente voltada apenas para o universo feminino foi a “Espelho Diamantino”. Mas ela teve poucos exemplares e não possuía periodicidade. Em 1849, surge uma revista com humor e ilustrações com “A Marmota da Corte”. Mas as primeiras fotos foram vistas na revista “Semana Ilustrada”, que se caracterizou por divulgar 1900 fotos da Guerra do Paraguai. Pela editora Abril, nasceram os gibis, as histórias em quadrinhos.

Para quem não segue a evolução da produção jornalística em pleno século XXI, talvez não consiga mais acompanhar de perto todas as informações que são disponibilizadas das mais diversas formas nas novas plataformas móveis. Aliás, mobilidade parece ser a palavra que melhor traduz o jornalismo deste novo século, tão cheio de gigas, quanto cheio de pluralidade em sua formação.

A primeira revista eletrônica, segundo (PINHO, 2003), “(...) foi a norte-americana Salon (<http://www.salon.com>), criada em 1994 com investimentos financeiros da Apple Computer Corporation. A cobertura inicial de temas de cultura e de política foi sendo ampliada com seções de humos e de história em quadrinhos, além de artigos que tratam de temas relacionados com a vida sexual, a tecnologia e os negócios.”

No que diz respeito ao processo de elaboração das matérias da revista *Maria's*, foi identificada a importância imprescindível de uma pauta bem construída, assim como o entendimento do que ela representa nos caminhos da matéria. Como diz Pereira Junior (2006, p.78) “Toda reportagem tenta dar uma resposta a uma curiosidade ou lançar hipótese sobre a realidade. Pauta não é tema. Não é camisa-de-força. Não busca confirmar o que já se sabe.”

Ainda em relação à apuração de dados, nos baseamos nas afirmações de Lage (2006 – op.cit.p.157) “não se sabe se o que está na Internet é verdadeiro, se resulta de um trabalho sério, de mera especulação ou fantasia”. Por isso, a busca de informações deve ser cuidadosamente elaborada.

Passada a fase de pautas e elaboração de matérias, chegamos ao degrau dos “títulos”. Como dar o significado de cada matéria, chamar atenção e introduzir nossa leitora naquele assunto à primeira vista? Segundo Gaudêncio Torquato, o ato de “(...) escolher uma abordagem, uma palavra, uma imagem, cores; angular é saber onde e como colocar determinado componente no texto, de maneira que a ideia apresentada seja a mais próxima daquilo que se pretendeu”. Por isso a importância da fotografia estar sempre andando junto com o repórter. Essa união proporciona mais realidade e veracidade à matéria.

Partindo da seguinte citação, podemos entender esse universo de informação e tecnologia digital,

A mídia digital, nascida graças aos avanços tecnológicos e à solidificação da era da informação, consegue atingir o indivíduo digital – um único ser com suas preferências editoriais e vontades consumistas, um cidadão que cresceu jogando videogame e interagindo com o mundo eletrônico. (FERRARI, 2008).

As novas tecnologias permitiram, por exemplo, que o repórter não precise voltar à redação, correndo contra o tempo, para colocar sua matéria no ar, seja ela impressa ou audiovisual. O tempo, que era tão precioso nos ambientes de redação jornalística, agora parece ser um simples coadjuvante nesse novo cenário que se desenha com tanta rapidez no imenso universo da informação.

Novas Tecnologias da Informação e suas subdivisões com softwares cada vez mais modernos e capazes de automatizar o dia-a-dia de uma

redação digital estão transformando o ‘fazer jornalístico’ em um processo automatizado e muito particular. (FERRARI, 2008).

Na revista, pudemos perceber essa facilidade na escolha de fotos, na maneira rápida como foram aprovadas matérias, muitas vezes, sem a necessidade do contato físico, se dando através de emails e redes sociais.

Foi com essas bases teóricas que a MARIAS pôde avançar de projeto para realidade “virtual”.

### 3.1. MARIAS: COMO NASCEU?

Quando a professora Gisele Sampaio lançou o desafio em sala, onde grupos seriam divididos e cada grupo lançaria uma revista com a escolha do segmento livre, fiz parte de um grupo só de mulheres. Chegamos à conclusão de que sentíamos falta de algum informativo voltado para o público feminino que unisse entretenimento e conteúdo, que entendesse a mulher campinense como uma futura empresária, por exemplo, e não apenas preocupada com a cor do esmalte que estará em alta na próxima estação.

Como o projeto não saiu do papel, por motivos diversos, são agregadas algumas outras ideias e a proposta da revista “Maria’s” foi aperfeiçoada. Um dos desafios foi definir esse público alvo, já que o universo feminino é tão extenso.

A partir da experiência como fotógrafa, criando ensaios femininos, buscando inspirações para retratar cada cliente, trabalhando com um público que estava entrando, cursando ou saindo da universidade, percebi que, em sua maioria, eram jovens mulheres planejando um futuro muito próximo, tanto no aspecto profissional quanto no âmbito pessoal. Escolhendo caminhos na carreira e na vida, realizando projetos, tendo filhos, construindo sonhos.

Na escolha dos editoriais, procurou-se satisfazer as necessidades femininas, como BELEZA, MODA, sem deixar de lado temas relevantes como COMPORTAMENTO, CIDADANIA.

### 3.2. LINGUAGEM E ESTÉTICA

Voltada para um público feminino, campinense, entre 20 e 30 anos, a linguagem utilizada é de fácil entendimento, dinâmica e bastante contextualizada no universo dessa jovem mulher, sem ser pobre em conteúdo.

Tentamos aliar linguagem, estética e conteúdo, sempre pensando no perfil das nossas leitoras. Na diagramação, procuramos seguir um padrão, para que pudéssemos criar uma linguagem única, facilitando a identificação das leitoras com a revista.

Como o produto midiático foi desenvolvido para a plataforma eletrônica móvel, optamos pelos conceitos *clean*, clássico e feminino ao mesmo tempo. O design, desenvolvido pelo designer Rodrigo Cruz, conta com 3 fontes padrão:

- Futura - Para os títulos, chamadas e editoriais.
- Halo Handletter - Para títulos
- Andale Mono - Para textos.

Como a revista foi construída e voltada para o público feminino, definimos fontes harmônicas ao público. Para criar uma identificação com a revista, escolhemos “Halo Handletter”, para os títulos, por ser uma fonte manuscrita, bem desenhada e com curvas leves. A “Futura” é uma fonte simples, jovem e de fácil compreensão, que se encaixa perfeitamente aos títulos, chamadas e editoriais. Já a “Andale Mono” é uma fonte bem contemporânea, escolhida para dar um tom mais moderno aos textos.

Nos textos utilizamos a fonte em gramatura 10 pontos, com espaçamento 12. Para os títulos e subtítulos esse tamanho muda de acordo com a matéria para tornar a diagramação mais leve.

Nas imagens autorais, procuramos traduzir a dinamicidade dessa mulher que nasce para o mundo real. Foram utilizadas cores vibrantes, imagens da figura feminina trabalhada de várias formas, agregando espontaneidade e modernidade. O equipamento utilizado foi NIKON D-7000.

### 3.3 A CAPA

Na capa desta edição foram pensados vários nomes de destaque em Campina Grande, mas procuramos trazer uma mulher que traduzisse esse futuro tão almejado pelas leitoras da revista “Marias”.

Janine Lima é uma cantora campinense que vive sonhos e realidades. Com mais de 20 anos de carreira artística, ela conseguiu conciliar a profissão de enfermeira com os palcos e é um exemplo da mulher moderna: a que cria suas opções e caminhos, sem perder a jovialidade.

Esteticamente, a capa traduz a experiência de Janine e traz, ao mesmo tempo, a jovialidade que ela carrega dentro de si, através das cores quentes e fortes e da espontaneidade de seu sorriso na foto.

Optamos por uma capa com layout onde a imagem fosse o principal ponto de referência. Onde a foto pudesse ser a primeira coisa a ser percebida pelo leitor. Por isso, pensamos em uma disposição de títulos diferenciados, que pudesse dar esse espaço à imagem, sem provocar nenhum ruído entre ambos.

#### 4. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Devido ao fato de ser uma revista online, com pouco número de páginas, o tempo utilizado em sua elaboração não foi grande. A seguir, o quadro contendo as atividades que foram realizadas durante todo o processo:

ATIVIDADES	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ELABORAÇÃO DO PROJETO							
REVISÃO BIBLIOGRÁFICA							
ANTEPROJETO							
PAUTAS E MATÉRIAS							
FOTOS E EDIÇÃO							
DIAGRAMAÇÃO							
REVISÃO FINAL							
DISTRIBUIÇÃO VIA INTERNET							



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando nasce uma ideia, um dos maiores desafios que se instalam é poder lapidá-la e transformá-la em um produto final. São muitos os rascunhos, os consertos, as dúvidas, as páginas descartadas e outras que entram no fim de tudo.

A pretensão inicial foi criar em uma plataforma móvel, um conteúdo que tivesse a cara da mulher campinense, entre seus 20 e 30 anos. Na fase em que ela planeja, discute, interage, cuida e toma decisões importantes, tanto na vida pessoal, quanto na profissional.

Foi comum a dificuldade de não ultrapassar uma linha tênue, de não cair no lugar comum, de não parecer uma revista com informações descartáveis. Mas no final, o aprendizado foi de que a pesquisa e leitura se fazem presentes na hora de elaborar pautas e redigir matérias. Ser conhecedor do assunto é sem dúvida o primeiro passo e o mais importante.

A estética foi outra grande preocupação. Para atrair os olhos das nossas leitoras, foi necessário criar uma linguagem única entre discurso e imagem. Criar um visual novo e ao mesmo tempo moderno. A troca de experiências com o diagramador, Rodrigo Cruz, foi de extrema importância neste ponto da execução.

Contudo, vale ressaltar que este é apenas um embrião de algo que pode vir a ser bem maior e bem mais elaborado. Pensar que essa ideia inicial, precisando ainda ser melhor lapidada, possa vir a existir de fato no mercado, transcender os limites do trabalho acadêmico é um suspiro de sonho possível e de sensação do dever cumprido. Para isso, ainda é preciso recordar da professora Giseli Sampaio, que abriu a primeira porta para que a ideia pudesse nascer.

## 6 . REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3ed. São Paulo: Contexto: 2008.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**. 4ed. Buruerí, SP. Manole: 2009.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet**. 3ed. São Paulo: Summus: 2003.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia**. 3ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes: 2006.

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

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo Empresarial**. 4ed. São Paulo: Summus: 1987.

## 7. ANEXOS

- CD contendo a revista eletrônica.

