



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

**CLAUDIANE DA SILVA BRITO**

**RELATÓRIO TÉCNICO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC**  
**REVISTA NEGÓCIO DE MULHER**

**CAMPINA GRANDE**

**2023**

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

CLAUDIANE DA SILVA BRITO

**REVISTA NEGÓCIO DE MULHER**

Relatório técnico apresentado ao curso de bacharelado de jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em cumprimento à exigência para a obtenção de bacharela em jornalismo.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Elane Gomes da Silva Oliveira

**CAMPINA GRANDE**

**2023**

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.

B862r Brito, Claudiane da Silva.  
Revista Negócio de Mulher [manuscrito] / Claudiane da  
Silva Brito. - 2023.  
23 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Dra. Elane Gomes da Silva Oliveira ,  
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres. 3. Revista . 4. Projeto  
Gráfico. I. Título

21. ed. CDD 070.17

CLAUDIANE DA SILVA BRITO

**REVISTA NEGÓCIO DE MULHER**

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

Aprovada em, 01 de dezembro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

  
Prof.ª. Dra. Elaine Gomes da Silva de Oliveira (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof.ª. Dr. Ada Keesa Guedes Bezerra  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de expressar minha gratidão aos meus pais, por dedicarem um pouco do seu tempo diariamente a mim durante o meu curso. À minha mãe, sou grata por preparar minha alimentação todos os dias, garantindo que eu não me atrasasse. Ao meu pai, agradeço a paciência por me buscar no ponto de ônibus todos os dias. Foi através desses gestos únicos e amáveis que eles demonstraram seu apoio à minha jornada acadêmica.

Quero expressar meu agradecimento ao meu esposo, que sempre está me incentivando a concluir minhas atividades acadêmicas e motivando a persistir mesmo nos momentos difíceis.

Um agradecimento especial também à minha tia Suely, pela disponibilidade em me aconselhar e torcendo para que eu concluísse o curso. Cada demonstração de interesse dela em relação a mim me fortaleceu e me deu a certeza de que eu conseguiria vencer.

A minha orientadora Elane Gomes, que desde o início tive a certeza de que seria orientada por ela. Sou extremamente grata pela paciência e toda confiança depositada em mim.

A todas as cinco entrevistadas, fico grata por terem acolhido com muito entusiasmo o meu projeto e ter disponibilizado um pouquinho do seu tempo em meio a correria do dia a dia.

A todos os professores que fizeram parte da minha jornada acadêmica agradeço por todo aprendizado e experiência compartilhada.

Aos meus colegas de curso, agradeço pelas mensagens de apoio nos meus dias de insegurança.

Aos meus colegas do ônibus, sinto-me grata por todas as brincadeiras e conversas durante o percurso para casa, vocês me motivavam de forma indireta a me manter presente mesmo nos dias mais cansativos.

*Claudiane da Silva Brito*

## **RESUMO**

Este relatório apresenta uma reflexão teórica e um detalhamento técnico da revista Negócio de Mulher, uma produção midiática a qual foi criada especificamente para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Trata-se de uma revista dedicada ao empreendedorismo feminino, abordando várias histórias de mulheres empreendedoras de diferentes setores. Ao final do estudo, conclui-se que no Brasil, quando se trata de empreendedorismo, as mulheres representam cerca de 30% das líderes de seus próprios negócios. As pesquisas para a elaboração deste projeto foram feitas utilizando estudos bibliográficos e produção de conteúdo por meio de entrevistas no campo. A finalidade da revista é proporcionar espaço para que essas mulheres empreendedoras compartilhem suas histórias e inspirem outras mulheres a buscar sua independência, visando promover o crescimento desse grupo social e demonstrar que é possível alcançar posições de liderança sólidas através de diversas formas de empreender.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino; Revista; Projeto Gráfico

## **ABSTRACT**

This report presents a theoretical reflection and technical details of the women's business magazine the average production which was created specifically for the Course Completion Work (TCC). It is a magazine dedicated to female entrepreneurship, covering several stories of female entrepreneurs from different sectors. At the end of the study, it was concluded that in Brazil, when it comes to entrepreneurship, women represent around 30% of leaders in their own businesses. The research for the preparation of this project was carried out using bibliographic studies and content production through interviews in the field. The purpose of the magazine is to provide space for these female entrepreneurs to share their stories and inspire other women to seek their independence, aiming to promote the growth of this social group and demonstrate that it is possible to achieve solid leadership positions through different forms of entrepreneurship.

**Keywords:** Female Entrepreneurship; Magazine; Graphic project

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Corpo do texto .....	13
<b>Figura 2</b> – Paginação.....	14
<b>Figura 3</b> – Títulos .....	14
<b>Figura 4</b> – Logo .....	15
<b>Figura 5</b> – Título da segunda matéria .....	15
<b>Figura 6</b> – Segunda matéria .....	16
<b>Figura 7</b> – Quarta matéria.....	16
<b>Figura 8</b> – Quinta matéria.....	17
<b>Figura 9</b> – Capa.....	18



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>07</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>07</b>
2.1 OBJETIVO GERAL .....	07
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	08
<b>3. JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>08</b>
<b>4. PÚBLICO -ALVO</b> .....	<b>08</b>
<b>5. ORÇAMENTO</b> .....	<b>09</b>
<b>6. CRONOGRAMA</b> .....	<b>09</b>
<b>7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>09</b>
7.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	09
7.2 REVISTA DIGITAL .....	11
7.3 JORNALISMO DE REVISTA.....	11
<b>8. DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO</b> .....	<b>12</b>
8.1 PROJETO GRÁFICO .....	12
8.2 TIPOGRAFIAS .....	12
<b>9. CORES</b> .....	<b>15</b>
<b>10. CAPA</b> .....	<b>17</b>
<b>11. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO</b> .....	<b>18</b>
<b>12. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>19</b>
<b>13. REFERÊNCIAS</b> .....	<b>19</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

Entre 49 países, o Brasil se encontra em sétimo lugar no ranking de mulheres à frente de empreendimento iniciais. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae (2022), com base nos dados do IBGE, mostra que atualmente no país existem mais de dez milhões de mulheres que se tornaram donas do seu próprio negócio. O empreendedorismo feminino tem revolucionado o mundo, com mais oportunidades nas ocupações de cargos de altos níveis, muitas mulheres tornaram-se referências no que diz respeito a cargos de liderança. Aqui no Brasil temos como exemplo a empreendedora Luiza Trajano, fundadora da rede de lojas Magazine Luiza, atualmente com mais de um mil e cem lojas, espalhadas por todo país. Assim como Luiza, outras mulheres buscam seguir por esse caminho e alcançar grandes metas destacando-se no ramo.

Com o objetivo de atender ao interesse dessas mulheres, surgiu a ideia de criarmos a revista Negócio de Mulher. Após determinarmos a localização, decidimos incluir histórias de empreendedoras do Brasil, especialmente do interior da Paraíba. A proposta da revista é trazer inspirações de outras mulheres que sustentam seu próprio negócio, apresentando reportagens de empreendedoras de diversos setores, com o propósito de mostrar que é possível alcançar uma liderança sólida por meio de diferentes formas de empreendimentos. A decisão de abordarmos o tema do empreendedorismo no trabalho de conclusão de curso surgiu do desejo de mostrar ao mundo a existência de mulheres fortes e de grande importância para a economia do país. A escolha de usar o gênero revista como meio para abordar esse assunto foi motivada pelo fato dela ser facilmente acessível e encontrada de forma gratuita, atingindo assim um público feminino maior que se sentiria representado pelas histórias contidas em suas páginas. Vale destacar que a construção dos conteúdos enfatizados na revista foi produzida entrevistas, reportagens e pesquisas sobre o empreendedorismo feminino no Brasil.

Nesta primeira edição, a revista mostra cinco entrevistas com mulheres empreendedoras da cidade de Itabaiana, situada no interior da Paraíba. Cada matéria revela a jornada empreendedora de cada uma delas, apresentando desde suas rotinas diárias até os desafios enfrentados no âmbito do empreendedorismo.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Produzir uma revista digital, direcionada ao público feminino, com propósito de expor o empreendedorismo feminino na cidade de Itabaiana - PB.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Produzir matérias com alguns dos personagens que deram início a prática do empreendedorismo feminino na cidade.
- Montar um projeto Gráfico com base na temática, com a identidade visual relacionando os dois elementos Mulher/Empreendedorismo.
- Produzir conteúdo exclusivos sobre empreendedorismo feminino.

## 3. JUSTIFICATIVA

Desde os nossos antepassados, o papel da mulher era designado a cuidar dos filhos e esposos, em alguns casos, algumas tinham um controle de tomar decisões relacionadas ao ambiente doméstico. Após a primeira e segunda guerra mundial, a presença de mulheres no mercado de trabalho tornou-se mais evidente, gerando a possibilidade de mulheres administrar cargos que antes eram direcionados unicamente aos homens. Com esse crescimento, muitas passaram a se reinventar e cogitar a possibilidade de uma renda extra ou até ter seu sustento através de algum meio de empreender.

Devido ao número alto de mulheres inseridas nesse mercado de trabalho, muitos estudiosos passaram a dedicar seu tempo em pesquisas sobre como as mulheres têm mais facilidade em trabalhar com vendas e dedicar-se ao seu público/clientes. Em um trecho do seu livro, *Faça acontecer* (2013), Sheryl Sandberg argumenta “As mulheres são tão ambiciosas quanto os homens, dizem, mas são mais esclarecidas, com metas diferentes e mais criativas.”

Em suma, a visão deste projeto é mostrar o quão é possível lideranças femininas ter resultados positivos no mundo do empreendedorismo. Através de matérias serão mostrados exemplos de mulheres que vivem hoje em dia, dos seus empreendimentos e crescem ainda mais se reinventando.

## 4. PÚBLICO -ALVO

Direcionada exclusivamente ao público feminino, a revista Negócio de Mulher aborda assuntos relacionados ao universo feminino e está direcionada as mulheres que buscam inspirações no ramo de vendas e pretende se tornar empreendedoras.

## 5. ORÇAMENTO

Por se tratar de um trabalho acadêmico sem fins lucrativos, não houve patrocínio na revista. Já na produção de algumas fotos, usei a câmera do meu celular (Modelo: iPhone XR). Na produção da capa, utilizei de ferramentas gratuitas da internet, mas por falta de equipamento adequado para diagramar a revista (meu notebook não suporta software de edição) tive que terceirizar a diagramação.

Locomoção	R\$ 60,00
Diagramação	R\$ 275,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 335,00</b>

## 6. CRONOGRAMA

Atividade	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Orientação	X	X	X	X	X	
Pautas			X	X		
Entrevistas			X	X		
Diagramação				X	X	
Revisão Final					X	
Defesa						X

## 7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 7.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Atualmente é possível observarmos uma diversidade maior de ocupações de cargos que anteriormente eram apenas administrados por homens, sendo ocupados por mulheres. Muito embora haja essa ocupação por parte delas, como bem sabemos, nem sempre foi dessa forma, houve muitas lutas e movimentos em prol de direitos de igualdade para as mulheres.

Na antiguidade a mulher recebia funções de cuidar, amamentar, cozinhar e limpar, especificamente eram submissas aos seus pais ou esposos, sendo privadas de realizar outras funções trabalhistas que não fossem no âmbito domiciliar. Com a constituição de 32, a mulher passou a ter mais liberdade nas suas decisões trabalhistas, trazendo autonomia e oportunidades na ocupação de cargos de níveis altos. Com a revolução industrial foi considerado também um fator positivo para a geração de empregos que mulheres pudessem atuar.

O surgimento do empreendedorismo abriu oportunidades para as mulheres que se limitavam a viverem apenas do salário de seus companheiros. Segundo Marina Nogueira (2023) o empreendedorismo se dá por dois motivos, necessidade ou oportunidade. Estudos feitos pela Revista Psicologia: Organização e trabalho, mostra que 47% das mulheres brasileiras iniciam no empreendedorismo por necessidade, pela falta de empregos e em situações de pobreza, principalmente a classe econômica e os menos favorecidos (BANDEIRA, et al ,2020). Expostas à essas vulnerabilidades, elas recorrem ao empreendedorismo como meio para a liberdade financeira. Já em relação as mulheres que têm oportunidades de escolher empreender, elas vão em busca de autonomia e poder administrar seu próprio negócio e escolher com qual produto e público deseja trabalhar, nos casos de oportunidades na criação de seus empreendimentos são direcionadas as mulheres inseridas em classes sócias com maior favorecimento. Mesmo com o livre arbítrio para decidir no que empreender, Bandeira (2020), considera essa ação como empreendedorismo por necessidade. “Essa situação pode ser encarada como um empreendedorismo por necessidade, pois com frequência corresponde a uma decisão decorrente da ausência de oportunidades ou incentivos nas organizações” (BANDEIRA, et al,2020).

Araújo (2008), também defende que o empreendedorismo por necessidade se dar através da insatisfação salarial ou falta de oportunidade no mercado de trabalho, e pontua que “A participação das mulheres é maior quando o empreendedorismo é motivado por necessidade”.

Analisando esses pontos entende-se que o desemprego tem maior concentração no público feminino.

As mulheres têm uma participação significativa quando falamos em empreendedorismo por necessidade no Brasil. Elas representam 49% do total de pessoas que abrem uma empresa porque não têm outra fonte de renda. A participação das mulheres é maior quando o empreendedorismo é motivado por necessidade, porque nos países de baixa rendas mulheres precisam desenvolver alguma atividade para complementar os ganhos familiares (ARAÚJO,2008, p. 21).

Devido ao empreendedorismo, muitas mulheres experimentaram mudanças positivas em suas vidas. Com a oportunidade de empreender no conforto do lar, tornou-se mais fácil para diversas famílias organizarem suas finanças. Porém, assim como tudo na vida, há um lado negativo: com a inclusão do trabalho doméstico em suas rotinas, muitas mulheres sentiram o peso da dupla jornada, conciliando os afazeres domésticos, a criação dos filhos e a administração de seus negócios.

## 7.2 REVISTA DIGITAL

O gênero revista passou por muitas alterações, a partir da sua primeira criação na versão impressa, em 1663. Com o advento das tecnologias, as revistas receberam novas formatações e tornaram-se mais acessíveis, no início eram apenas disponibilizadas de forma impressa, mas com os avanços das Tecnologias da Informação e da Comunicação- TIC, as revistas receberam um novo formato, on-line ou web-revistas. Atualmente com fácil acesso à internet, é possível ter um acesso amplo e prático a uma revista digital. (NATANSOHN et al, 2013), afirma que “no Brasil as revistas digitais ainda não são chamadas por um termo específico”. E ressalta.

Em todo caso, sejam projetos comerciais, alternativos ou de auto publicação, o que estas publicações trazem é uma forma de jornalismo muito mais sofisticada em termos tecnológicos, estéticos e de linguagem, ao incorporar praticamente todas as ferramentas disponíveis na experiência digital. (NATANSOHN et al, 2013 pg 12).

Com os avanços da tecnologia, a revista impressa é facilmente convertida para o formato digital, mantendo a formatação do produto impresso, mas com recurso de interação mais sofisticados. NATANSHON et al (2009) o recurso de PDF criado pela Adobe Acrobat teve bastante importância para as revistas digitais, facilitando na criação da mesma e proporcionando ao leitor, a versão original do produto, seja ela produzido em qualquer computador ou aparelho

celular. Ainda segundo fulano os programas de editoração como o inDesing também facilitaram na formatação das revistas, visto que o programa suporta perfeitamente o arquivo em PDF facilitando na adição de ferramentas de interação.

### 7.3 JORNALISMO DE REVISTA

A revista, de acordo com a classificação proposta por Azubel em 2013, é um meio de comunicação que se dedica simultaneamente à educação e ao entretenimento. “As revistas estão além de reportar, mas sim trazer análises, reflexões e experiência de leitura”. (Azubel, 2014, pg 3).

A produção de artigos para revistas se apresenta como uma tarefa consideravelmente mais intrincada do que para uma seção de um jornal diário, tendo em vista que a elaboração de uma matéria destinada a revista demanda um tempo significativo de dedicação, envolvendo pesquisa intensiva relacionada ao tema abordado.

É preciso mais tempo de apuração e elaboração da matéria, e também para a produção de um número considerável de pautas interessantes sobre o tema especificamente tratado por cada revista já que não se trata de todos os temas como em publicações segmentadas. (Berge, 2011, pg 23).

Tavares (2009), defende que mesmo não existindo um foco no factual, “Na revista, apesar de não se focalizar o acontecido, não se perde o vínculo com o atual, conferindo aos temas um ar de novidade e de ligação entre diferentes atores sociais” (SHWAAB; TAVARES, 2009, p. 186).

## 8. DETALHAMENTO E PROJETO GRÁFICO

### 8.1 PROJETO GRÁFICO

De acordo com Dernandi (2019), a criação de um projeto gráfico bem-sucedido requer a combinação de sete elementos principais que contribuem diretamente para uma diagramação eficiente. Dentre esses elementos, é essencial utilizar alguns para a diagramação de uma revista digital. Partindo desse pressuposto, a revista Negócio de Mulher foi concebida para ser utilizada em dispositivos móveis, tendo em vista que a maioria do público-alvo usa o celular como principal meio de consumo de informações. Levando isso em consideração, toda a diagramação

da revista foi planejada levando-se em conta essa característica, optando-se por páginas únicas em vez de páginas duplas para uma leitura mais fluida.

## 8.2 TIPOGRAFIAS

Segundo Dernadi (2019) a tipografia é um dos principais elementos visuais em uma diagramação, “a tipografia tem grande efeito na experiência de leitura”. Então quando usada de forma correta e bem aplicada em uma diagramação, contribui para uma leitura de um texto mais claro e eficaz. Outra forma de aperfeiçoar um projeto gráfico é o usufruir do contraste, onde podem ser usadas seis opções de contraste: peso, cor, direção, forma, estrutura e tamanho, podem te trazer bons resultados estético no seu produto. Willians (2013) argumenta que o poder do contraste vai além da estética visual dos textos, mas também contribui para uma organização textual. “O contraste não é apenas estética. Ele está intrinsecamente ligado à organização e à clareza das informações da página. Nunca esqueça que a finalidade é comunicar. Combinar fontes diferentes deve melhorar a comunicação, não confundir”. ( Willian, 2013, p

Com base nas orientações mencionadas anteriormente, considerou-se cuidadosamente cada fonte e tipografia incorporadas na revista. Para o corpo do texto, optou-se pela fonte Calibri 12, conforme ilustrado na figura 1.

### **Figura 1- Corpo do texto**

Com um vasto conhecimento na área jurídica, a advogada passou a analisar com o olhar empreendedor onde e para qual público disponibilizar seus serviços. E ousa de um olhar estratégico para instalar escritórios em cidades do interior, assim, partindo desse olhar decidiu instalar um escritório em Itabaiana PB, por ter uma agencia do INSS (Instituto Nacional do Seguro Social – Governo Federal) tronou-se mais fácil a busca por clientes

---

**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.



Na paginação da revista foi utilizada a fonte BEBAS tamanho 21 em negrito, por se tratar de uma fonte sem serifa, mas que chama a atenção do leitor por ter uma estética associada ao mundo tecnológico.

**Figura 2- Paginação**



**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

A fonte Bebas Neue tamanho 30 foi utilizada em todos os títulos das cinco matérias, como mostra a figura 3.

**Figura 3- Títulos**



**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

A tipologia usada na logo da capa da revista foi selecionada de formar a passar para o público a imagem de uma revista tradicional, desse modo foi aplicada a fonte Roxborough CF no tamanho 50, já para a descrição do ano e edição foi feito o uso da fonte Open Sans tamanho 18.

**Figura – 4 Logo**



**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

## 9. CORES

Segundo Willians (2008) as cores que nós vemos em um monitor são diretamente visualizadas por nós, diferentemente do que se observa no mundo real e palpável. “No mundo, o espectro de luzes visíveis atinge os objetos. Os objetos absorvem (ou subtraem) a maior parte do espectro. Os que eles não absorvem é refletido para os nossos olhos em forma de cor. (Willians, 2008, página 108).”

Atentando-se a esses detalhes e por se tratar de uma revista digital a escolha das cores para revista se deu após cuidadosa análise de combinações para garantir que representassem tanto a feminilidade quanto o empreendedorismo de maneira harmoniosa e com cores que podem ser criadas no modelo RGB e que chegasse a um resultado desejado. A cor rosa foi escolhida por remete ao amor, delicadeza, feminilidade e romantismo. Enquanto amarela por ser associada a sabedoria, conhecimento, otimismo, esperança e idealismo (Clemente, 2020). Como vemos na figura 5 a junção das cores rosa e amarela também tiveram total harmonia com o texto nela contida.

**Figura – 5 Título da segunda matéria**



**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

Já para dar destaques nos textos, além do uso da capitular, foi inserido as cores predominantes na revista no próprio capitular.

**Figura – 6 segunda matéria**

**N**a correria do cotidiano, Luciana reflete que ser feirante é um trabalho cansativo e movimentado. “tem dias em que não tenho vontade de ir, o sol é muito quente em baixo da lona”. A idade também se tornou um obstáculo para a comerciante, de 48 anos, que trabalha de segunda a sábado, acordando por volta das quatro da manhã todos os dias. “Antes, eu trabalhava de domingo a domingo, mas com o tempo percebi que não vale a pena. Precisamos de um dia para descansar”, declara a vendedora, que se sente exausta e chegou a cogitar a possibilidade de encerrar suas atividades ou mudar para um local de trabalho mais confortável. No entanto, devido à falta de capital, ela acaba optando por continuar com as vendas na feira. Apesar das dificuldades enfrentadas diariamente, Luciana expressa gratidão por poder realizar suas tarefas e proporcionar o melhor para seus filhos.

**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher

#### Figura – 7 quarta matéria

**D**esde criança Claudiane Marinho buscou está ligada no mundo dos negócios, na fase adulta iniciou no mercado de trabalho no meio administrativo, mas, motivada por um forte desejo de trabalhar com mulheres, decidiu fazer cursos na área de saúde e beleza. Isso a levou a realizar pequenos procedimentos de cuidados estéticos, oferecendo atendimento em domicílio. Durante um período de oito anos residindo em campina grande PB. Claudiane Marinho cursou estética e cosmética, contudo expandiu seus serviços. Devido à expansão de estabelecimentos que oferecem tratamentos de beleza a esteticista passou a ter dificuldades nas vendas de seus serviços. Pensando em obter melhorias financeira, a profissional mudou-se para Itabaiana PB e começou a atender na região.

A empresaria afirma que sempre teve uma paixão pela arte de empreender “ desde criança tive vontade de trabalhar com algo que eu administrasse. ” Deste modo aos quinze anos fez um curso de cabelereira, onde se deu o pontapé inicial no segmento de vendas. Visando obter um

**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

Na última matéria, sendo a quinta, a tonalidade violeta foi empregada, simbolizando a mudança e a sabedoria, algo intimamente relacionado à trajetória da personagem mencionada texto.

**Figura - 8 quinta matéria**

**AMANTE E PRATICANTE DE ATIVIDADES FÍSICA**

**D**esde sua juventude Lucineide Morais conta que sempre esteve no mundo dos esportes, participava de competições escolares como também no seu tempo livre praticava ciclismo ou atletismo. Enquanto ainda estava ao lado de seu ex-marido, começou a trabalhar como assistente administrativa na academia do mesmo. Como resultado, ela decidiu fazer um curso de educação física e logo após a conclusão, passou a trabalhar como personal trainer.

Atualmente, a profissional possui sua própria academia. Depois de apenas dois anos de empreendimento, Lucineide Morais batalha diariamente para conquistar seu espaço no mercado do fitness. Ela afirma que enfrenta uma competição acirrada com outros empresários. Antigamente vista apenas como uma simples funcionária em seu emprego anterior, Lucineide Morais admite que enfrentou grandes dificuldades no começo de sua empreitada para demonstrar seu trabalho e transmitir confiança para aqueles que se interessaram por seus serviços. "Foi difícil ser reconhecida, respeitada e mostrar ao público que eu era capaz" Além disso, outro desafio enfrentado é o preconceito. "No começo, ouvi muitas pessoas falando que meu negócio não duraria nem um mês, só porque sou mulher", relembra Lucineide. Enfrentando adversidades diárias, a personal trainer se destaca de seus concorrentes ao trazer novas modalidades de exercícios e oferecer, além da tradicional musculação, aulas de dança e natação.

Em uma pesquisa realizada pela CORTEX, empresa em inteligência de vendas, no Bra-



11

sil existem cerca de 32.100 academias ativas, entre elas está a Lify Academia, a proprietária relata que se sente extremamente grata por fazer parte de um grupo que, consequentemente, tem uma administração mais dominada pelo público masculino " sinto-me triunfante. " Com uma ampla experiência no mundo do empreendedorismo, Lucineide orienta outras mulheres a irem em busca dos seus sonhos sem hesitar, "estejam seguras no ramo que pretende investir e busquem ter conhecimento e apoio confiáveis" Mesmo diante de diversos obstáculos, ela nunca se deixou abater e encara de frente as adversidades, consciente de que novos desafios surgirão.

**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

## 10. CAPA

De grande importância, a capa de uma revista é um cartão de visita para chamar a atenção do leitor, por esse fator é necessário que haja clareza e objetividade na construção de uma capa. Pensando nesses dois fatores a capa da revista Negócio de Mulher figura 8 recebeu a foto de uma das personagens inseridas dentro da revista, emoldurada na cor rosa, com fontes na cor amarela. Na diagramação da capa, foi usada a fonte Roxborough CF no tamanho 50 para a logo, já para as manchetes foi usada a fonte Garet no tamanho 19 e para as informações específicas como edição e ano de publicação a fonte Open Sans no tamanho 18. Também foi usada a fonte Gidole tamanho 28, no box "#Para Mulheres".

**Figura – 9 Capa**



**Fonte:** captura de tela da revista Negócio de Mulher.

## 11. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

Concebida durante o TCC 1, a revista Negócio de Mulher teve seu esboço definido antecipadamente, antes mesmo da elaboração das matérias e entrevistas. Assim que a boneca do projeto foi finalizada, iniciei a criação das pautas e a realização das entrevistas. Todas essas atividades foram supervisionadas pela orientadora, que estabeleceu prazos para cada etapa. Durante a execução das pautas, não enfrentei dificuldades para realizar as entrevistas, pois o fato de que as entrevistadas moravam na mesma cidade facilitou a realização delas. Após a conclusão das entrevistas, dei início à construção das matérias, as quais eram enviadas e corrigidas pela orientadora a cada término. Concluído o desenvolvimento das matérias, deu-se início a finalização da revista, durante a diagramação final houve muitas correções, tais como:

redução de títulos, formas de paginação, cores e fontes da logo. Com as orientações adequadas a revista tomou forma e chegamos a um material sincrônico ao que foi idealizado desde o início.

## **12. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pouco se vê meios de comunicação como o gênero revistas abordar de forma intensa o tema empreendedorismo feminino, mesmo sendo consideradas mais ativas no empreendedorismo, representando 36% dessa população, ainda é pouco a representação dessas figuras nos meios de comunicação.

Com o intuito de abordar essa questão de representatividade feminina, a revista Negócio de Mulher surgiu em uma cidade com escassos meios de comunicação, quase um deserto de notícias. Embora trate de diversos assuntos, é pouco comum encontrar conteúdo sobre empreendedorismo feminino. Diante dessa realidade, o principal objetivo deste produto é fazer com que as mulheres não só dessa cidade, mas também de outras regiões, se sintam representadas.

Durante as entrevistas, foi notável as dificuldades que muitas das entrevistadas enfrentam. Em todos os casos, todas relataram a ausência de políticas de estímulo por parte dos órgãos públicos da cidade e até mesmo a falta de cursos na área por parte de instituições de ensino privadas. Outra dificuldade observada foi o ritmo acelerado que essas mulheres vivem. Em uma das entrevistas, precisei cancelar várias vezes devido à falta de tempo e sobrecarga de responsabilidades por parte da entrevistada.

Após concluir o estudo, observou-se que, a fim de promover de maneira ainda mais eficaz a comunidade de empreendedoras, seria necessário elaborar políticas de incentivo e disponibilizar capacitações adequadas.

A revisão do processo foi intensa, repleta de desafios e dificuldades, que me fizeram contemplar o quão árduo é produzir uma revista desde o seu início, tanto no layout quanto na redação das reportagens. No entanto, apesar das barreiras enfrentadas, sinto uma gratidão profunda por ter realizado meu desejo de criar meu próprio produto jornalístico, resultando em uma conclusão agradável.

## **13. REFERÊNCIAS**

ARAÚJO, Fernanda de Cássia Silva. A Importância das Ferramentas Administrativas para os empreendedores por Necessidade do Empreender. João Pessoa, 2008. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/928954/a-import%C3%A2ncia-das-ferramentas-administrativas-para-os>  
<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/16777>

AZUBEL, Larissa. Jornalismo de revista: um olhar complexo1, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/download/58942/64212/78925>

AURELIANO, Fernanda. RELATÓRIO TÉCNICO, TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC REVISTA CURVA, 2018. Modelo de relatório utilizado como inspiração.

BANDEIRA, Patrícia Bock et al 2020. Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v20n3/v20n3a08.pdf>

BERGE, Carolina. JORNALISMO ESPECIALIZADO EM REVISTA: ESTUDO DE CASO DA REVISTA DA PAPELARIA, 2011. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2980/3/CBerger.pdf>

CLEMENTE, Matheus. Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor, 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/#:~:text=Rosa%3A%20amor%2C%20inoc%C3%A2ncia%2C%20sa%C3%BAde,brincadeira%2C%20leveza%2C%20delicadeza%2C%20feminilidade>

CORNÉLIO, Marina Nogueira. Mulheres empreendedoras: estudo de caso dos desafios e oportunidades na área do turismo da comunidade Barra de Mamanguape – Apa da Barra do Rio Mamanguape – PB. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/3062>

DERNANDI, Davi. 7 elementos que todo projeto gráfico editorial deve ter. Disponível em: <https://revistaglifo.com.br/design-editorial/7-elementos-que-todo-projeto-grafico-editorial-deve-ter/>

NATANSOHN, Graciela et al CUNHA, Rodrigo. Jornalismo de Revista em Redes Digitais, 2013, Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/16777/1/jornalismo-de-revista-em-redes-digitais.pdf>

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. Revista Galáxia, São Paulo: n° 18, p.180-193, dez. 2009. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/download/2650/1690/5794>

TONELLI. Maria José et al ANDREASSI, Tales. MULHERES EMPREENDEDORAS 2013, Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/download/20638/19371/37827>

WILLIAMS, Robin, Design para quem não é designer, 2013.