

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO-UNEMAT
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/JORNALISMO

ALINE BASSANESI

DANYMEIRE RAMOS CARVALHO

**PRÉ-PROJETO DA REVISTA FEMINIS/ A CONQUISTA DA MULHER
NO ESPAÇO MASCULINO**

ALTO ARAGUAIA – MT
2009

ALINE BASSANESI

DANYMEIRE RAMOS CARVALHO

**PRÉ-PROJETO DA REVISTA FEMINIS/A CONQUISTA DA MULHER
NO ESPAÇO MASCULINO**

Pré-projeto apresentado na Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a apresentação do TCC do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo. Na Universidade do Estado do Mato Grosso.

Orientador: Profº. Thiago Cury

Co-orientador: Profº. Me. Mário Policeno

ALTO ARAGUAIA – MT

2009

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO – TEMA E PROBLEMATIZAÇÃO	4
1.1 O QUE É UMA REVISTA?	4
1.2 A MULHER E SUAS CONQUISTAS	5
1.3 REVISTA PARA MULHERES.....	6
1.4 A REVISTA FEMINIS	7
2. JUSTIFICATIVA.....	9
3. OBJETIVOS.....	10
3.1 GERAL.....	10
3.2 ESPECÍFICOS.....	10
4. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	11
5. CRONOGRAMA.....	12
REFERENCIAL TEÓRICO.....	13

1. INTRODUÇÃO – TEMA E PROBLEMATIZAÇÃO

A proposta deste trabalho é construir uma revista feminina direcionada a mulheres independentes ou que atuam em campos ditos como masculinos. Um veículo de informação para mulheres modernas, chefes de família e de empresas, entendedoras de futebol, política e economia, que gostam e conduzem veículos automobilísticos. Mulheres que não diferenciam espaço masculino do feminino.

A delimitação do público, mulheres entre 18 e 40 anos, foi escolhida, pois é no início da vida adulta que as mulheres entram na faculdade, optam por sua carreira profissional, entram no mercado de trabalho e ainda praticam esportes. E é por volta dos 40 que elas conquistam o topo da hierarquia no trabalho e até mesmo na gerência familiar, tanto na educação dos filhos, quanto na parte financeira da casa.

Já a proposta do local habitacional, região do vale do araguaia, das mulheres em estudo, é devido a inexistência de um veículo de informação direcionado a esse segmento feminino no local.

Nossa problemática consiste em criar um veículo de informação direcionado às mulheres que não possuem um espaço regular em uma revista feminina. Que aborda especificamente assuntos semelhantes a de uma revista masculina, como futebol, carro, economia, trabalho, mas todo o conteúdo visualmente e textualmente direcionado a mulheres. Nossa preferência é abordar mulheres entre 18 e 40 anos moradoras do estado de Mato Grosso.

1.1 O que é uma revista?

A revista é caracterizada por ser um informativo mais completo que um jornal e menos do que um livro, por possuir textos mais aprofundados que os dos jornais, com características literárias, já que em seus textos além de muitos detalhes possuem trechos de músicas, poemas, ditados populares, tratam o leitor. O maior diferencial da revista está em seu visual, uma mistura de cores, imagens e informações que entretém leitores e principalmente leitoras, fazendo com que as colecionem. A sua durabilidade também é outro diferencial, devido a qualidade do papel e da impressão.

A revista não sai todos os dias, sua periodicidade é bem mais distante uma da outra do que a dos outros meios. E para isso o jornalista tem que se redobrar para

conseguir manter uma revista ativa perante os outros veículos que noticiam assim que o fato acontece. “A necessidade de sair da factualidade excessiva, da superficialidade do dia-a-dia” (SCALZO, 2004, p.42). Tem que se permitir mergulhar na pauta. É importante também, procurar o foco da notícia, entender sobre o que o leitor deseja saber e procurar sempre por notícias exclusivas, descobrir o que ninguém sabe ainda e explicá-lo de uma forma que ninguém o explicou, mais aprofundada e com bastante detalhes.

De acordo com Dulcília Buitoni, a primeira revista que se tem notícia surgiu na Alemanha em 1663, mas não tinha tanto aspecto de revista, era grossa e muito parecida com um livro, apesar de ter uma circulação regular. No Brasil a primeira surgiu em 1812, na Bahia, mas não se diferenciava da alemã, também se confundia com um livro.

1.2. A Mulher e suas conquistas

“... o que é uma mulher? Eu lhes asseguro, eu não sei. Não acredito que vocês saibam. Não acredito que alguém possa saber até que ela tenha se expressado em todas as artes e profissões abertas à habilidade humana.”

(Virgínia Woolf)

Segundo Branca Alves (1984), o primeiro registro de reivindicação feminina contra a situação da mulher aconteceu no ano de 195 d. C.. Uma prova, mesmo que frustrada, de vontade igualitárias de direitos. Onde a mulher aproveitou para reivindicar alguns direitos e a revogação de algumas leis.

Foi na década de 70 com o Movimento Feminista que as mulheres revolucionaram, começaram a querer ser independentes e autônomas. A partir daí elas começam a entrar pra valer no mercado de trabalho. A mulher que antes dependia completamente do homem passa cada vez mais cedo a ingressar na vida profissional, estudando, fazendo cursos e se profissionalizando em várias áreas.

A mulher passou a ter presença ativa na política, ter direito a dirigir, a pensar, decidir o seu destino, investir financeiramente, escolher seu próprio companheiro, que antes era proibido e a tomar decisões sobre a sua vida. E tudo isso, sem perder as suas funções maternas e sua vaidade. Agora ela possui contato de todo tipo com

a sociedade, além de planejar seu futuro profissional e pessoal. Mas sua evolução não acaba aqui, ela ainda está conquistando vários campos.

1.3. Revista para mulheres

Estabelecer um foco, ou seja, recortar o público a que a revista se destina é o ponto de partida para cada publicação, é preciso estabelecer grupos pequenos para que assim tenhamos mais chances de conquistar o leitor. Um dos focos mais utilizados em revistas é a separação de gênero, de homens e mulheres.

E foi com uma revista francesa no século XVII, que surgem as primeiras revistas direcionadas exclusivamente às mulheres. Geralmente elas eram redigidas por homens e traziam apenas notícias sobre moda europeia, culinária, decoração. O conteúdo delas não apresentou diferenças durante todo o século XIX e a metade do século XX.

[...] *É certo que houve, também, nesse período, publicações feitas de mulheres para mulheres, preocupadas com sua condição na sociedade e seus direitos, mas são poucas [...]* (SCALZO, 2004, p. 33)

Depois da década de 50 a mulher parte a ser identificada como mercado consumidor de revista. Logo depois surgem revistas como a *Claudia* que continua seguindo modelo tradicional e só depois começa a ter seções voltadas para mudanças na vida da mulher.

Mas foi a jornalista e psicóloga Carmen da Silva, colunista de *Cláudia* a partir de 1963, quem começou de fato a mudar o jornalismo feminino. Sua coluna, "A Arte de Ser Mulher", quebrou tabus e aproximou-se de forma inédita das mulheres, tratando temas até então intocáveis, como a solidão, o machismo, o trabalho feminino, a alienação das mulheres, seus problemas sexuais (SCALZO, 2004, p. 34).

Com a mulher saindo de casa para ir trabalhar, o mercado de revistas se expandiu. Com isso começam aparecer também revistas diferentes que não tratam a mulher só como dona de casa e mãe.

1.4. A Revista Feminis

1.4.1 Nome:

Feminis. Esse nome foi escolhido para que todos que tenham alcance visual à revista, concluam que esse é um veículo destinado às mulheres, já que a significação do nome trata-se de “sexos femininos”.

1.4.2 Formato:

A *Feminis* terá o formato conhecido como *pocket*, que mede 17,5 cm por 23 cm. Optamos por esta medida devido ao nosso público, as mulheres poderão carregar a *Feminis* dentro da bolsa, do caderno e assim para qualquer lugar que quiserem. Além de ter um preço mais acessível, já que a impressão será reduzida.

Segundo o livro *Jornalismo de Revista*, na Europa, as “revistas de bolso” fazem um tremendo sucesso. Na Espanha e na Itália, por exemplo, a revista *Glamour* foi relançada em formato menor e subiu sua venda de 140 mil para 250 mil exemplares, além de ter vendido 386 páginas de publicidade.

1.4.3 Tipo de Papel:

Na impressão de nossa revista será utilizado o papel Couché colorido e preto em branco.

1.4.4 Número de Páginas:

O conteúdo da revista será distribuído em aproximadamente 50 páginas.

1.4.5 Periodicidade:

A revista *Feminis* terá veiculação mensal, já que a revista engloba uma pequena região. O tempo entre uma publicação e outra será o necessário para que seja produzida a próxima edição.

1.4.6 Público Alvo:

Sabemos que numa revista é preciso focar em um público. Assim delimitamos por gênero, idade, região geográfica e por tema. A *Feminis* será destinada a mulheres entre 18 e 40 anos, moradoras da região do vale do Araguaia e que atuam em espaços reconhecidos como masculinos.

1.4.7 Editorial:

As fotos, artes, diagramação, reportagens e os demais textos jornalísticos apresentados no interior e na capa da revista serão feitos por Aline Bassanesi e Danymeire Carvalho, podendo receber algum material de outro profissional convidado para a construção da revista.

1.4.8 Seções:

O conteúdo abordado nessa revista, de princípio, restringe-se às editorias de mercado de trabalho, economia, política, esporte, e dentro dessa, automobilismo e futebol, todas com características femininas. No futebol, por exemplo, pretendemos abordar mulheres que gostam e que praticam esse esporte, além de darmos dicas para as que não compreendem nada, situar nesse meio.

2. JUSTIFICATIVA

O fato de não existir um veículo de informação que trate regularmente de assuntos direcionados a mulheres que trabalham, ocupam ou se entretêm em campos reconhecidos pela sociedade como espaço masculino, torna o nosso estudo de alta relevância para a comunicação e a comunidade feminina mato-grossense.

Outro ponto importante que completa a justificativa da criação de uma revista como a *Feminis*, é a posição que a mulher assumiu no meio social. As mulheres que antigamente apenas ocupavam a posição de mãe, esposa e dona de casa, atualmente partem também para a vida profissional rumo à autonomia financeira e comando familiar.

Já que a mulher evoluiu tanto, os meios de comunicação também não podem ficar parados, essa nova mulher necessita de um veículo de informação capaz de acompanhar a sua evolução, por isso percebemos que é importante construir uma revista direcionada a mulheres modernas, que acreditam que a igualdade entre homens e mulheres está caminhando.

Com essa evolução as mulheres se perguntam, quem somos? Que imagem pretendemos encontrar nas páginas das revistas? Qual o nosso papel na sociedade de hoje? São esses tipos de perguntas que pretendemos responder com a criação da *revista Feminis*.

3. OBJETIVOS

3.1 GERAL

Abranger o avanço profissional e individual das mulheres nos espaços masculinos.

3.2 ESPECÍFICOS

- Criar um veículo de comunicação direcionado ao público em estudo;
- Apresentar um veículo com que essas mulheres se identifiquem por completo;
- Integrar no mundo jornalístico uma revista feminina com conteúdo diferenciado das existentes;
- Produzir uma revista que possa confrontar as diferentes posições da mulher na sociedade;
- Dar visibilidade à evolução adquirida pela população feminina.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Pesquisa Documental:

A fundação teórica se dará através de livros indicados pelo orientador, revistas, sites e teses sobre o tema revista e a evolução das mulheres.

Pesquisa de campo qualitativa:

A pesquisa de campo se dará através de entrevistas com representantes do público em estudo e a sociedade em geral a respeito da evolução feminina no decorrer do tempo e a aceitação de uma revista direcionada a essas mulheres.

Recursos técnicos:

Como recursos técnicos serão utilizados gravadores, câmeras fotográficas para o registro de entrevistas e do material visual da revista. Para a parte de edição serão utilizados os programas Adobe Indesign, Adobe Page Maker, Adobe Photoshop e Corel Draw.

5. CRONOGRAMA

Atividades	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov
Elaboração do projeto						X	X	X	
Entrega do projeto								X	
Pesquisa bibliográfica						X	X		
Coleta de Dados									
Apresentação e discussão dos dados									
Conclusão									
Entrega do TCC									
Defesa da banca									

REFERENCIAL TEÓRICO

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2º Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

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

BITTONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo. Editora: Brasiliense, 1984.