



Revista Donna Marie¹

Bruno César Brito VIANA²

Polliana Érika Araújo de MORAIS³

Raquel Souza da SILVA⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Desde a sua criação, a imprensa feminina tem se dedicado a temas típicos do universo das mulheres, como a moda, beleza, os cuidados com a família e o trabalho. A revista foi o meio que consagrou as produções nessa imprensa. Dentro dessa perspectiva, a revista Donna Marie surgiu para o público feminino da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Com editoriais voltadas para o mundo da moda contemporânea, a Donna Marie tem a proposta de ser leve, com textos curtos e objetivos.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Moda; Imprensa, Mulher.

1 INTRODUÇÃO

A revista *Donna Marie* é voltada para o público feminino da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Tem a proposta de ser leve, com textos curtos, que vão direto ao assunto, e imagens que completam a informação textual. A temática das matérias baseia-se principalmente na moda contemporânea, onde são abordados assuntos como maquiagem, cabelo, roupas e acessórios. *Donna Marie* também traz notícias curtas sobre variedades, mas que estejam dentro do universo da moda. Idealizada e produzida por estudantes do curso de Jornalismo da UFRN, a revista *Donna Marie* é uma produção experimental, que alia o exercício em design gráfico e a produção de matérias jornalísticas segmentadas, voltadas para um público específico.

As revistas femininas não só contribuem para a construção da identidade da mulher como são essenciais para o fortalecimento dela, na medida em que mostram para ela outras tantas de postura semelhante à sua. Tendo em mente esta linha de pensamento, a *Donna Marie* tem a preocupação de customizar cada página da revista, demonstrado cuidado e atenção com a leitora. O intuito é mostrar que cada página foi feita de uma forma única e especialmente para quem está lendo. O próprio nome da publicação, “*Donna Marie*”, é uma alusão a todas as mulheres para qual a revista foi produzida: uma mulher moderna, que

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na V - Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade q- Revista customizada (avulso).

² Aluno líder do grupo e Graduado em Jornalismo, email: brvuno.viana@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: polliana_araujo@hotmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Substituta do Curso de Comunicação Social, email: quequelsouza@gmail.com.



precisa se dividir em várias atividades, mas que não deixa de cuidar de si. Segundo Maffesoli (2000), as revistas femininas representam para seu público leitor espaços de “comunalização aberta”, no qual há a partilha de emoções. “É neste quadro que se exprime a paixão, que as crenças comuns são elaboradas, ou, simplesmente, que se procura a companhia daqueles que *pensam e que sentem como nós*”. (MAFFESOLI, 2000, p. 18, grifos do autor).

Donna Marie foi produzida em Fevereiro de 2010, tendo apenas uma edição avulsa. Com um tamanho reduzido (19x13,5cm) e apenas oito páginas, ela foi pensada para ser uma publicação de fácil manuseio e de leitura rápida. Pode ser levada na bolsa e lida em qualquer lugar, o formato reduzido, com matérias curtas e objetivas, proporciona uma leitura que não demanda muito tempo. O projeto inicial da revista prevê uma produção com o apoio da própria Universidade, por meio do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA), que financiaria a impressão de 100 exemplares, com periodicidade quinzenal. A revista ainda conta com uma página inteira para publicidade, que pode ser vendida ou cedida à Universidade que patrocinaria o projeto. A idéia da revista prioriza a prática da produção gráfica e jornalística dos alunos do curso de Comunicação Social. A produção da revista, sem remuneração para os alunos, serviria como uma grande fonte de aprendizado e aperfeiçoamento das técnicas de comunicação. A distribuição da revista seria gratuita e ocorreria inicialmente em dois pontos principais: todo o setor de aulas II do Campus de Natal e no CCHLA. De forma inicial, a divulgação ocorreria com a própria distribuição da revista entre as mulheres da Universidade.

2 OBJETIVO

A revista *Donna Marie* tem o objetivo de ser mais uma fonte de entretenimento para o público feminino da UFRN. Também tem a intenção de cumprir o papel social da comunicação que é a divulgação de informações, neste caso, sobre o universo da moda de forma uniforme, direta, objetiva, verídica e útil. Através dos assuntos que são tratados pela imprensa feminina, pode-se observar que as revistas exercem o papel de amiga da leitora. Então, nada melhor do que trazê-las para mais perto do universo feminino. A publicação aqui proposta pretende se tornar uma nova amiga das mulheres que freqüentam e compõem a UFRN. Por meio do enfoque na moda, a revista traz desde o nome, passando pelo layout até as matérias, temáticas do universo feminino, tratando sobre acessórios, cortes de cabelo, tendências e também sobre como lucrar e gerar negócios no mundo da moda. Especificamente, objetiva-se a criação de um espaço acessível e gratuito para a veiculação



de informação pertinente ao público de um segmento da UFRN, primeiramente as alunas e servidoras da Instituição, além de criar uma publicação na qual os alunos de Comunicação Social possam exercitar os conceitos apreendidos em sala de aula.

3 JUSTIFICATIVA

Apesar do desenvolvimento da Internet e a convergência das mídias, a revista impressa ainda se configura como um importante e atuante veículo de informação no mundo contemporâneo. Mais do que informar ou entreter, a imprensa feminina assume um papel relevante na elaboração do “eu” feminino ao trazer matérias de comportamento, dar voz a personagens reais e abrir espaço para a comunicação das mulheres. As revistas femininas se tornam, então, um espaço não físico de comunhão e troca de sentimentos entre as mulheres, algo como as comunidades emocionais citadas por Weber (apud MAFFESOLI, 2000) ou as tribos, das quais tanto fala o autor francês Michel Maffesoli.

Nesse sentido, a revista *Donna Marie* se apresenta como um veículo de importância significativa dentro do âmbito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Além de proporcionar minutos de entretenimento e lazer, a nova publicação surge para criar laços com as mulheres que formam a UFRN, oferecendo matérias de interesse, de forma objetiva, com texto leve e atendendo principalmente ao fator tempo, o que é essencial para esse segmento. A publicação é voltada prioritariamente para a editoria de moda, que sempre foi um dos pilares da imprensa feminina. “A moda impulsiona a imprensa feminina e é por ela impulsionada” (BUITONI, 1986, p.14). A nova revista também apresenta uma linguagem e layout customizado em cada página da publicação. A questão da busca dos recursos de personalização nos textos jornalísticos contribui, ainda, para o desenvolvimento da identidade feminina a partir das representações fornecidas em depoimentos. Segundo Stuart Hall, “as identidades [...] não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da *representação*”. (HALL, 2001, p. 48, grifos do autor).

A revista *Donna Marie* é voltada para a mulher moderna, que precisa se dividir em várias atividades e dispõe de pouco tempo para a leitura de uma revista. Mesmo essas mulheres ocupadas, podem se informar sobre moda e beleza com a *Donna Marie*. O perfil das mulheres que frequentam a UFRN está entre estudantes que trabalham e estudam ao mesmo tempo, além de servidoras da Universidade que também dividem o tempo entre trabalho e família. Essas mulheres possuem um cotidiano agitado, no qual o tempo se configura como um artigo de luxo. São para essas mulheres que a *Donna Marie* foi criada, no intuito de proporcionar minutos de entretenimento durante a leitura da revista, que pode



ser feita no ônibus, ou enquanto se deslocam de um setor para outro da Universidade. Outro fator de extrema importância que justifica a produção da revista é a possibilidade que ela oferece aos alunos do curso de Comunicação Social de exercitar na prática os conceitos apreendidos em sala de aula. Por meio da revista, os alunos podem entrar em contato direto com o processo de produção de uma publicação editorial customizada como é a *Donna Marie*. Produção gráfica e jornalismo segmentado são algumas das áreas de interesse na revista que podem ser exercitadas pelos alunos. Com o apoio institucional necessário, o projeto da revista *Donna Marie* prevê ampliação para além dos limites do setor de aulas II e CCHLA do Campus de Natal, como também a manutenção da revista, que se tornaria uma produção laboratorial do curso de Comunicação Social.

Considerando o sistema capitalista no qual vivemos, outro aspecto importante da imprensa feminina é sua capacidade de atingir a mulher consumidora. Ao expor matérias sobre moda, acessórios e tendências está sempre apresentando novos produtos. Como qualquer outro tipo de mídia, ela também necessita da publicidade para conseguir sobreviver. Através do patrocínio, a revista pode oferecer preços acessíveis às leitoras ou distribuição gratuita como é a proposta da *Donna Marie*. Assim, as revistas voltadas para o público feminino conseguem manter um bom relacionamento com muitos patrocinadores, sejam eles indústrias, como as de cosméticos, ou empresas e Instituições em geral que tenham interesse em ver sua marca associada a esse tipo de publicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

De forma geral, a hipótese da necessidade da criação de um veículo desse tipo foi confirmada através de dois aspectos iniciais: observação da existência ou não de um veículo similar em circulação pelo setor de aulas II e CCHLA e uma breve pesquisa de mercado realizada por meio da aplicação de questionários junto às alunas e servidoras dos referidos setores. Foram aplicados 50 questionários, cada um com cinco perguntas durante o mês de Janeiro de 2010. A pesquisa teve o objetivo de compreender a função social do tipo de veículo e sua forma de organização. As entrevistadas foram questionadas sobre revistas femininas e o que priorizavam nesse tipo de publicação. Também responderam questões sobre a necessidade de uma revista customizada voltada ao público feminino e qual o nome consideravam mais apropriado para a nova revista. Tudo isso ajudou na elaboração de um projeto gráfico e Editorial que tivesse maior aceitação de mercado.



Aplicando o questionário de pesquisa com as frequentadoras do setor de aulas II e também do CCHLA foi percebido que o público local considera a revista uma importante forma de comunicação e que um layout diferenciado chamaria a atenção delas. O público alvo da revista está garantido. O conteúdo Editorial diz respeito a moda em geral, desde tendência em roupas, acessórios, corte de cabelos, além de como fazer negócios no mundo da moda. O público alvo da publicação é composto basicamente pelas pessoas que circulam diariamente pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, um universo composto por alunas e servidoras da Universidade. Avaliando o público alvo, pode-se considerar que apesar das diferentes idades há um público homogêneo. Não há diferenças consideráveis relacionados à idade. O público alvo é composto por uma porcentagem maior de mulheres na faixa etária entre 18 a 20, mas o número de mulheres de até 30 anos é bastante significativo e também deve ser considerado durante o desenvolvimento do produto. Em sua maioria as entrevistadas se encaixam na categoria socioeconômica C, mas grande parte também declara pertencer às categorias A e B. Em um primeiro momento, a revista *Donna Marie* seria distribuída gratuitamente pelo setor de aulas II e no CCHLA.

A pesquisa de mercado também apontou entre as opções dadas qual seria o melhor título para a nova revista feminina. O nome “*Donna Marie*” foi escolhido pela maioria das entrevistadas. A escolha de um nome próprio de mulher faz com que haja uma aproximação, uma personificação da revista. “A partir de *Marie Claire*, a revista feminina se tornou uma ‘amiga’ da leitora, a mulher passou a se referir à publicação com mais intimidade, como se esta fosse uma pessoa próxima a ela.” (SOUZA, 2002, p.37). Após a realização da pesquisa de mercado e coleta de dados essenciais houve de fato o início da diagramação da revista, já com o projeto gráfico definido, que foi resultado da idéia dos alunos produtores da publicação e também de dados apontados na pesquisa. O programa utilizado na diagramação foi o *QuarkXpress*, juntamente com o *InDesing*. As fotos foram algumas cedidas e outras produzidas para a publicação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo de produção da revista *Donna Marie* teve início após a conclusão da disciplina de Planejamento Gráfico, que é ofertada para os alunos de Comunicação Social da UFRN. A pesquisa de mercado ajudou a delimitar melhor o projeto gráfico da revista: priorizando o branco das páginas, layout moderno e limpo, textos curtos e objetivos, além de uma diagramação atraente. A escolha da revista como suporte para o novo produto de comunicação a ser lançado na Universidade, se deu devido a singularidade entre a imprensa

feminina e o suporte. “Revista é ilustração, é cor, jogo, prazer, é linguagem mais pessoal, é variedade”. (BUITONI, 1986, p.18).

Como já foi dito na Introdução, a revista *Donna Marie* tem o tamanho de 19x13,5cm, definido pelo fato de tornar a publicação de fácil manuseio e transporte. É impressa em papel Couchê, com gramatura de 230g. A periodicidade quinzenal contaria com o apoio da Universidade para a impressão de 100 cópias a serem distribuídas no Campus de Natal. Com um total de oito folhas, a revista possui além da capa quatro matérias, um Editorial, Expediente, uma coluna chamada “*Fashionet*”, que aparece por duas vezes, e também uma página inteira dedicada a publicidade. Essa página pode ser vendida ou cedida aos patrocinadores da revista. No caso do número avulso, está impressa a propaganda de uma loja de roupas. Sobre a publicidade é importante explicitar que a loja é fictícia e o material publicitário foi feito apenas como exercício de design gráfico. *Donna Marie* tem seu conteúdo dividido por páginas da seguinte forma: Capa (01), Editorial/Expediente (02), Matéria Brechó (03), Matéria Maquiagem (04 e 05), Matéria Cabelo (06), Matéria Marketing na Internet (07), Publicidade (08), Coluna Fashionet (06 e 03). Os textos das matérias estão dispostos numa diagramação em três colunas, cada qual com largura de 4,1cm e espaço entre elas de 0,43cm. Adotou-se o uso em três colunas, porque além de ser o mais comum em produtos como revistas, apresenta a vantagem de proporcionar mais espaço para imagens e/ou boxes informativos.

O diagrama mais simples e o mais utilizado para revistas é o de três colunas, que proporciona um visual trivial mais eficiente, devido à largura que comporta, geralmente, de uma vez e meia a duas vezes a tipologia adotada, o que enquadra o texto numa largura quase que perfeita em termos de legibilidade [...]. (COLLARO, 1987, p.95).

Ainda sobre a diagramação foi preterida a vertical em toda a revista, mas também com a presença de diagramação horizontal. Em algumas páginas adota-se o a diagramação modular, que é a mescla da vertical e horizontal. O uso de diagramação modular imprime uma dinamicidade na imagem visual da revista, além de facilitar a leitura, gera interesse no leitor para continuar folheando a publicação. A tipologia adotada no texto de todas as matérias é a *Times New Roman*, corpo oito e meio. Esse tipo faz parte da família Romana antiga, com serifas, o que vem a facilitar a leitura em materiais impressos. Os textos possuem alinhamento justificado e recursos de capitulação, indentação e também de hifenização, a fim de evitar as conhecidas “viúvas”, ou seja, a separação incorreta das palavras. Já as manchetes e chamadas são constituídas por tipos da família das Lapidárias e

Cursivas, com corpo variando de 18 a 22. O alinhamento é central na maior parte das manchetes e à esquerda nas chamadas da capa. Na revista *Donna Marie* também se encontra a presença de filetes dividindo espaços da página e também de boxes que destacam informações. “O uso de filetes como recurso gráfico para separação de colunas é uma prática normal da paginação de revistas e resulta num efeito interessante [...]” (COLLARO, 1987, p. 104). Todo o projeto gráfico da revista foi produzido priorizando cores já consagradas no meio publicitário como sendo representativas do universo feminino. Tonalidades do magenta e lilás, prioritariamente, compõem o layout das páginas da revista. A acessibilidade também está presente, com o uso de marcadores, entre outros elementos. Cada página tem seus elementos padronizados em uma única cor, o que gera uma identificação da leitora com o tema abordado em tal espaço.

[...] numa revista, é o leitor, também, quem vai determinar o tipo de linguagem gráfica a ser utilizada pela publicação. Não dá para imaginar uma revista de surf diagramada como uma semanal de informação, ou vice-versa. É o universo dos valores e de interesses dos leitores que vai definir a tipologia, o corpo do texto, a entrelinha, a largura das colunas, as cores, o tipo de imagem e a forma como tudo isso será disposto na página (SCALZO, 2008, p.67).

Sabendo da importância que a capa exerce numa revista, pois é ela que ajuda a conquistar leitores e os convence a levá-la para casa, a capa da *Donna Marie* foi planejada no sentido de ser atraente e interessante para o seu público-alvo. Por meio da capa já é possível perceber os conteúdos, ainda mais numa revista especializada, que desperta o interesse de seus leitores, considerando que esses desejam aprender um pouco mais ou conferir as novidades da área. Praticamente todas as revistas femininas apresentam a foto de uma mulher, quase sempre uma atriz ou uma modelo. Isso ocorre na imprensa feminina porque a mulher sente a necessidade de se visualizar nas páginas das revistas, ela quer saber como deve agir para ser reconhecida como mulher e como profissional. “Se o rosto da mulher e não do homem impera na revista feminina é porque o essencial é o modelo identificador da mulher sedutora, e não o objeto a seduzir”. (MORIN, 1990, p.150).

A imagem de capa da *Donna Marie* é da modelo potiguar Daliane Menezes, que também é integrante da equipe de produção da revista. Em relação as cores da capa, há a presença de cores fortes como o verde em tonalidades fechadas, escuras. Há o uso de cinco cores diferentes: branco, tonalidades do magenta e lilás, que contrastam entre si e com o fundo da página. A escolha de tons do magenta e lilás têm objetivo de dar um ar feminino a revista, combinando com o título da publicação, além de gerar um contraste com o fundo



escuro da capa. Cada chamada encontra-se em um tom de magenta ou lilás. A mesma cor da chamada está presente nas abas (marcadores de página interno) da revista. A leitora da *Donna Marie* pode ver a cor da chamada que lhe interessa e pelos marcadores (abas) ir direto nela. Tudo isso foi feito pensando na acessibilidade e também na identificação da leitora com a publicação e na matéria a ser lida, pois já a partir da capa ela se familiariza com as cores e suas tonalidades que estarão presentes em toda a matéria. Ainda sobre a capa da revista aqui proposta, essa exibe ao todo três chamadas para as matérias e uma manchete com corpo maior que as chamadas. Essa manchete dá destaque para a principal matéria da revista, que ocupa as páginas centrais da publicação. Os textos das chamadas estão localizados na parte direita da folha, pois foi respeitado o princípio de que a leitura do ser humano ocorre na diagonal da esquerda para a direita. Já a imagem da capa está na parte esquerda. São utilizadas duas tipologias diferentes na capa, uma para o título da revista “*Donna Marie*” e outra para os demais textos.

Outro ponto importante a se ressaltar na revista é a linguagem utilizada nos textos da publicação, desde o Editorial, passando por colunas até as matérias. A linguagem utilizada na *Donna Marie* segue a linha da já utilizada em diversas publicações da imprensa feminina. É uma mescla de linguagem culta com coloquial. Tudo isso é feito no sentido de conquistar a confiança da leitora, mostrando que a revista é a melhor conselheira, a melhor amiga, já que consegue dar dicas sobre todos os assuntos que a interessam. Dessa forma, muitas matérias apresentam uma linguagem coloquial, fazendo referência à leitora no uso da segunda pessoa, através dos pronomes de tratamento “você” e “vocês”. Ainda para mostrar esta impessoalidade, a revista também usa em alguns momentos a linguagem fática (viu?, hein?, hã?) a fim de manter o contato com quem está lendo os textos veiculados nela.

Outra peculiaridade da linguagem das publicações femininas é a presença das formas verbais imperativas [...] Como uma amiga, ela aconselha dizendo qual o modo correto de fazer determinada coisa. A revista serve como um guia de como ser no dia-a-dia. O uso dos imperativos faz com que a linguagem apresentada nas matérias se assemelhe à publicitária, de forma que os conselhos são dados de forma a persuadir a leitora a agir como a revista manda. (SOUZA, 2002, p.20).

6 CONSIDERAÇÕES

Após as reflexões aqui realizadas fica claro que a singularidade da imprensa feminina aparece tanto através dos temas que são tratados em suas páginas, quanto na linguagem e diagramação. A primeira diferença que pode ser observada é que este tipo de jornalismo impresso é mais difundido no formato de revista. Foi neste veículo que a



imprensa feminina conseguiu reunir características fundamentais para representar o universo das mulheres. Assim, a revista *Donna Marie* chega para compor mais um produto desta já consolidada imprensa feminina. O diferencial está no contexto em que surge: um meio acadêmico, como uma fonte de entretenimento para as mulheres que compõe uma Universidade, mas que também não dispensam cuidados com a moda e beleza.

Portanto, conclui-se que a execução de tal projeto é importante por causar um benefício prático aos frequentadores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. A revista *Donna Marie* é uma publicação pioneira no Campus de Natal, que traz novas idéias do mundo da moda, mesclando com notícias e entretenimento de forma a informar de maneira peculiar e interessante aos leitores. No contexto social, científico e tecnológico, a revista contribuirá para a integração e inteiração do público alvo, uns com os outros, e com os assuntos que são de seu interesse, ou seja, também impulsionará de certa forma, o desenvolvimento da produção editorial em âmbito local. Um dos principais legados da *Donna Marie* será para os alunos de Comunicação Social da UFRN, que poderão manter uma publicação customizada, que permite o exercício de diversas técnicas necessárias aos comunicadores sociais. Desde o design gráfico até a produção de matérias jornalísticas segmentadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 1987.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Guaracira Lopes Louro, 2001.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX**. 8.ed. São Paulo: Forense, 1990.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2008.
- SOUZA, Lidiane Aparecida Silva de. **Imprensa Feminina: A mulher vista nas páginas das revistas**. 2002. 67 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.



APÊNDICE A- PESQUISA DE MERCADO – REVISTA FEMININA (UFRN)

1. Qual sua idade?

R. _____

2. Em qual tipo de classe socioeconômica você está inserida?

- a) Classe A.
- b) Classe B.
- c) Classe C.
- d) Classes D e E.

3. Com que frequência você lê revistas femininas?

- a) Sempre. Gosto de estar bem informada. Elas são como uma amiga.
- b) Regularmente. Leio sempre que tenho tempo.
- c) Às vezes. Leio algumas.
- d) Nunca. Não presto atenção nelas.

4. O que chama mais a sua atenção em uma revista feminina?

- a) Cores.
- b) Layout e Design.
- c) Tamanho das matérias.
- d) Quantidade de informação disponibilizada.

5. Que nome você acharia mais adequado para uma revista feminina a circular internamente na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)?

- a) Donna Marie
- b) Acadêmica
- c) Fashion News
- d) Moda e Beleza