



## REVISTA GALERA VALE<sup>1</sup>

Thiago P. Lopes SILVA<sup>2</sup>

Nicole Tramonti SILVA<sup>3</sup>

Rafael Paschoal de OLIVEIRA<sup>4</sup>

Renata MONTEIRO<sup>5</sup>

Universidade de Taubaté, Taubaté, SP

### RESUMO

O projeto visou explorar um mercado em crescimento que é o de adolescentes. Esse público vem ganhando espaço por começar a dividir nos lares a opinião na hora do consumo, muitas vezes impondo seus gostos aos demais. Eles se dividem em muitos tipos de comportamentos, participando das chamadas tribos, o que possibilita uma variedade muito grande de publicidade a ser inserida em um produto gráfico, no caso a revista ao qual esse projeto possibilitou criar. A revista tem um caráter despojado, procurando aproximar-se ao máximo do jeito público, que não gosta de regras, e sente grande atrativo pelo visual. As matérias são criadas para atender as dúvidas do jovem vale paraibano, focando em nossa região, e explorando esse mercado, que somente há concorrentes que falam uma língua nacional.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; adolescente; arte; vale do paraíba; comunicação.

### INTRODUÇÃO

O mercado de revistas da região do Vale do Paraíba possui diversas publicações que não atendem as preferências dos adolescentes. As revistas encontradas, em sua maioria, destinam-se ao público adulto e abordam editoriais de coluna social e outros assuntos irrelevantes para o jovem.

As publicações de âmbito nacional (Capricho, Super Interessante e etc.) feitas para o adolescente, tornam-se repetitivas em relação ao conteúdo informativo, pois sempre são tratados os mesmos assuntos, além de prezar editoriais como: celebridades, bandas e etc, não sendo tão interessantes ao público regional.

Com isso, esse projeto consiste na criação de uma revista regional impressa, voltada para o público adolescente. Essa publicação conterá assuntos relevantes e de entretenimento, de acordo com as prioridades do público. Além disso, a revista servirá

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Produção Editorial, modalidade Design gráfico (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do Curso Publicidade e Propaganda, email: thiagolop@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do Curso Publicidade e Propaganda, email:nitramonti@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do Curso Publicidade e Propaganda, email:rafapaschoal@hotmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: renata\_2m@yahoo.com.br.



como “porta-voz” do leitor, pois este terá espaço para opinar sobre o meio e para adicionar ao conteúdo, algum assunto, música ou até mesmo imagem de seu interesse.

Para tanto, serão realizadas pesquisas junto ao público-alvo para desvendar a aceitação do veículo e perfil do mesmo, além de estudos para constatar a viabilização do projeto e seu conteúdo.

## **2 OBJETIVO**

Desenvolver uma revista impressa, regional, destinada aos adolescentes.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Devido à ausência de publicações regionais para o público adolescente, este projeto foi idealizado com intuito de promover o aumento do interesse pela leitura a partir de assuntos importantes para o conhecimento e de temas prazerosos para a descontração, uma vez que essas editorias são abordadas de forma que causem sensação de proximidade do leitor com as matérias.

Por outro lado, o projeto também foi criado para aproveitar o nicho de mercado da região, que não possui um veículo focado no jovem. Para isso, aderiu-se o formato impresso, já que a maioria dos jovens não tem o hábito de leitura digital, pois passa grande parte de seu tempo na Internet, acessando sites de relacionamento.

O desenvolvimento deste projeto é relevante tanto para o lado acadêmico quanto para o lado profissional, pois a aprendizagem ao longo do ano servirá como aparato para uma futura pós-graduação, além da experiência de fazer um projeto real que possibilita a proximidade com o mercado de trabalho.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para alcançar os objetivos pressupostos, será realizada uma pesquisa qualitativa através da técnica do grupo focal, que consiste em discussões em grupos na



presença de um mediador, que tem por sua função conduzir o debate a partir de um roteiro que contém os principais assuntos a ser abordados. O mediador não precisa seguir necessariamente o roteiro, pois ele será como base para as discussões.

As reuniões do grupo focal serão gravadas em vídeo para a análise e transcrição dos conteúdos das discussões e de observações do comportamento dos participantes.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

De acordo com a pesquisa qualitativa aplicada junto ao público-alvo, foi possível identificar os assuntos que realmente são de interesse do target. Sendo assim, o projeto editorial da revista foi composto a partir do resultado da pesquisa. Estas possuem grande foco regional, porém com possibilidade de abrangência de certos temas nacionais, pois o adolescente moderno, por ser “antenado”, exige cobertura de determinados assuntos que acontecem no país, o que não deixa de ser preferência por eles. Seguem abaixo as editorias constatadas como prioridade para os leitores:

- Editorial
- Esporte
- Cultura
- Moda
- Comportamento
- Games
- Palavra do leitor
- Atualidades
- Educação
- Horóscopo
- Caderno de compras

### **Descrição das editorias**

#### **Editorial**

No primeiro exemplar da Galera Vale, o editorial será uma apresentação do meio para os leitores, a fim de estes conhecerem as características da revista. A partir do exemplar número 2, o editorial servirá como intermédio para a redação da Galera se



comunicar com os leitores, mostrando sua opinião sobre algum assunto relevante, ou até mesmo para apresentar o conteúdo de cada edição.

### **Esporte**

Na seção de esporte, o leitor basicamente encontrará assuntos diversos sobre as atividades físicas. A editoria tem possibilidade de relacionar assuntos de saúde junto aos esportes, além de abranger temas diferenciados, como por exemplo, futebol feminino, jogo de sinuca, enfim, tudo que se enquadra na categoria de esporte.

### **Moda**

A editoria de moda será composta pelas principais tendências utilizadas na ocasião, ou seja, as peças que “estão em alta” em cada estação. Associado a isso, a editoria pode conter dicas de maquiagem, cortes de cabelo que “estão na moda” e acessórios.

### **Comportamento**

A editoria de comportamento conterá temas de relacionamento do cotidiano dos adolescentes. Em geral, a editoria tem maleabilidade para abordar todos os tipos de relacionamento e discussões presentes na vida do jovem, como por exemplo, relação entre pais e filhos, relação entre amigos e casais, vida escolar, drogas, enfim, todo questionamento da vida pessoal.

### **Games**

Na seção de games, o leitor poderá encontrar matérias tanto de jogos de videogame quanto de jogos on-line. A editoria tratará também dicas de jogos, novos jogos e novos vídeos-games no mercado.

### **Palavra do leitor**

Esse espaço será destinado aos leitores que gostariam de mostrar um pouco de suas preferências aos demais. O leitor pode enviar para a redação, textos descrevendo sua banda favorita, por exemplo, imagens, dicas de sites e blogs que acham interessante, letras e dicas de música, opinião sobre algum fato que está contextualizando a ocasião e etc. O intuito dessa editoria é mostrar ao leitor que ele tem “voz” no veículo e que pode expressar suas idéias.



### **Atualidades**

A editoria Atualidades contemplará assuntos informativos regionais e até mesmo nacionais para deixar o jovem interado sobre os fatos que acontecem no dia-a-dia. Por ter mobilidade, a seção tem como vantagem poder tratar de assuntos diversos relacionados ao conhecimento, como: meio ambiente, política, tecnologia e ciência.

### **Educação**

Esta editoria conterà assuntos relacionados a todo tipo de educação. Destacam-se vestibular, profissões e meio ambiente também. É destinada ao conhecimento dos leitores em assuntos que geram dúvidas.

### **Horóscopo**

A seção de horóscopo abordará uma breve previsão mensal para todos os signos existentes na astrologia.

### **Caderno de compras**

O caderno de compras será uma espécie de informe publicitário, que servirá como um catálogo de compras para os leitores. Com essa matéria, o público poderá nortear certos desejos de compras, pois será útil para analisar produtos de determinado segmento.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

#### **Livros:**

BARROS, José Carlos; SAMARA, Beatriz Santos. **Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia**. 2º ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

BECKER, Daniel. **O que é adolescência?** 7º ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria de prática da diagramação**. 4º ed. São Paulo: Summus, 2000.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **O comportamento do consumidor**. 3º ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.



OUTEIRAL, José O. **Adolescer: Estudos sobre adolescência.** 1º ed. São Paulo: Metrópole, 1994.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: Um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.** 3º ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007

**Periódicos:**

**ATREVIDA.** São Paulo: Símbolo, n. 166, maio 2008.

**CAPRICHOS.** São Paulo: Abril, n. 1045, abril 2008.

**FLUIR.** São Paulo: Peixes, n. 272, junho 2008.

**LOVE ROCK.** São Paulo: Alto Astral n. 10, junho/julho, 2008.

**LOVE TEEN.** São Paulo: Abril, n. 7, julho 2008.

**MUNDO ESTRANHO.** São Paulo: Abril, n. 76, junho 2008.

73

**OFFLINE.** São Paulo: Novo Meio, n. 05, julho 2008.

**PLACAR.** São Paulo: Abril, n. 1317, abril 2008.

**PLAYSTATION.** São Paulo: Europa, n. 114, julho 2008.

**SKT.** São Paulo: Peixes, n.18, julho/agosto 2007.

**SUPERINTERESSANTE.** São Paulo: Abril, n. 226, maio 2006.

**TEEN MANIA.** São Paulo: Alto Astral n. 11, junho/julho 2008.

**TODA TEEN.** São Paulo: Alto Astral, n. 148, abril 2008.

**VEJA JOVENS: EDIÇÃO ESPECIAL.** São Paulo: Abril, Julho 2003.

**VEJA JOVENS: EDIÇÃO ESPECIAL.** São Paulo: Abril, setembro 2001.

**Projetos experimentais:**

FURUZAVA, Fabrícia; GALVÃO, Michele; WIRZ, Pedro; GUIMARÃES, Viviane.

**Revista Plural: Um Vale Artístico e Cultural.** (Projeto Experimental Integrado).

Taubaté, SP:Universidade de Taubaté, 2003.

NEVES, Thais dos Santos. **Revista Digital de Criação do Vale do Paraíba.**

(Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda). Taubaté, SP:Universidade de Taubaté, 2007.

ARRUDA, Abel; AZAMBUJA, Samantha; VIEIRA, Valquíria. **Mosaico Cultural:**

**Revista Radiofônica.** (Projeto Experimental de Jornalismo). Taubaté, SP: Universidade de Taubaté, 2007.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

74



**Sites:**

Editora Abril

<<http://www.publicidadeabril.com.br>>. Acessado em: 15 mar. 2007.

Editora Alto Astral

<<http://www.editoraaltoastral.com.br>>. Acessado em: 16 mar. 2007.

Editora Europa

<<http://www.europamet.com.br>>. Acessado em: 15 mar. 2007.

Editora Símbolo

<<http://www.simbolo.com.br>>. Acessado em: 17 mar. 2007.

Editora Peixes

<<http://edpeixes.ig.com.br>>. Acessado em: 16 mar. 2007.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

<<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em: 20 mai. 2007.

Sindicato dos jornalistas

<<http://www.sjsp.org.br>>. Acessado em: 23 set. 2007.