

1

9,0
Edwards

IMEDIATA
Projeto Editorial e Gráfico

Projeto Experimental

1 - Ementa

1.1 - Título do projeto: Imediata

1.2 - Natureza do projeto: Projeto editorial e gráfico

1.3 - Alunos responsáveis: Cíntia Teixeira dos Santos

Stella Bousfield

Renata Nymberg

1.4 - Suporte: Revista

1.5 - Sumário:

Produzir uma revista mensal, que represente uma alternativa gráfica e editorial dirigida ao público feminino na faixa dos 20 aos 30 anos bem como uma alternativa de ingresso das formandas no mercado de trabalho de Santa Catarina

1.6 - Instituições envolvidas: Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

1.7 - Semestre programado para realização: 99/2.

1.8 - Professora-orientadora: Aglair Maria Bernardo.

Termo de Compromisso: "Eu, Aglair Maria Bernardo, aceito orientar o trabalho de conclusão de curso das alunas Cíntia Teixeira dos Santos (9618312-8), Stella Bousfield (9618343-8) e Renata Nymberg (9618334-9).



Aglair M. Bernardo

2 - Introdução

Após pesquisarmos no mercado editorial catarinense, observamos a falta de publicações voltadas para mulheres na faixa etária dos vinte aos trinta anos, que não se identificam mais com o perfil do material reservado às adolescentes, tampouco com o produzido para as mulheres com mais de trinta anos que já estão financeiramente estáveis. A partir disso resolvemos desenvolver Imediata dirigida às pessoas que compartilham desta insatisfação e que desejam um material que esteja próximo da realidade delas. Durante nossas observações e através de experiência própria, percebemos que o nosso público ainda não adquiriu estabilidade financeira, está começando a procurar emprego, e encontra muitas dificuldades a partir do momento que sai da casa dos pais e passa a ter uma vida independente. Pretendemos compartilhar algumas dúvidas e questionamentos com nosso público, por fazermos também parte dele. Em Imediata desenvolveremos matérias que auxiliem na resolução destes problemas que envolvem o cotidiano de cada leitora. Este é o traço que irá definir o estilo de nossa publicação: procurar alternativas economicamente viáveis e mostrar o modo mais prático de resolver dúvidas do dia-a-dia, dando dicas para conseguir emprego após a faculdade, de utilidades domésticas, saúde e beleza.

Vamos falar de lugares interessantes mostrando como fazer viagens econômicas, roteiros culturais, gastronômicos e noturnos. Falaremos também dos problemas de saúde mais comuns da maioria das mulheres, indicando profissionais qualificados e meios de prevenção para determinadas doenças. Traremos depoimentos de pessoas que se destacam em determinados setores, como política, economia e comportamento.

3- Problematização

Ao estudar o mercado editorial da região percebemos as diferenças das grandes publicações de hoje com nossa revista e a partir disso chegamos a algumas conclusões : o material encontrado hoje, em sua maioria, é voltado a um público fechado, com um bom nível financeiro e que se encontra em condições de pagar pelo que é oferecido pelas revistas; as mulheres que se identificam com as revistas “Cláudia”, “Nova” e “Marie Claire”, por exemplo, são bem sucedidas profissionalmente e/ou financeiramente, levam uma vida estável na maioria das vezes, e não se contentariam apenas com matérias que apontassem alternativas de baixo custo. Conversando com mulheres da faixa etária a que pretendemos atingir, evidenciamos as lacunas que devem ser preenchidas e resolvidas por esta publicação. A mulher de hoje de vinte a trinta anos de idade, de classe média, procura uma publicação alternativa, com matérias inteligentes que interpretem de maneira clara algumas das dificuldades vivenciadas por elas, e que funcione como um auxílio a mais nas questões pessoais e profissionais. As publicações que tentaram atingir nosso público-alvo não o satisfizeram, um bom exemplo é a revista “Vinte”, que tem como proposta servir ao público feminino na faixa dos vinte anos. É uma publicação de grande qualidade, porém possui uma editoração gráfica que se assemelha a revistas para adolescentes que são colorida demais tornando-se visualmente poluída. Em relação aos assuntos, percebe-se que o conteúdo também dá enfoque para temas como os abordados pela revista “Capricho” ou “Carícia”, que são direcionadas para um público que tem outros problemas a serem abordados. A revista “Nova”, por sua vez, aposta em matérias de comportamento sexual com artigos de moda e beleza que indicam produtos que estão inacessíveis para a maioria das mulheres. É uma proposta para pessoas que não precisam se ocupar com tarefas domésticas pois estão em boa condição econômica. Outra publicação é a revista Cláudia que é destinada a mulheres que já estão casadas e com filhos. A editoração é bem comportada e enquadra-se ao público a que se dirige. A revista Marie Claire, apesar das

matérias de comportamento e da alta qualidade gráfica, também é dirigida a mulheres com alto nível social. Estes são algumas das várias publicações que observamos que ou se destinam à faixa etária anterior (adolescentes) ou posterior (dos trinta em diante), havendo a ausência de uma publicação que atenda às necessidades de nosso público-alvo. O que verificamos também é que as matérias destas publicações são dirigidas para um público que se encontra no eixo Rio-São Paulo com eventuais destaques para capitais como Belo Horizonte e Porto Alegre. Queremos criar um espaço para divulgar o trabalho realizado pelas pessoas da região.

As revistas de hoje visam basicamente alimentar o mercado consumidor, sua linha editorial limita-se a encaixar o grande espaço publicitário nas matérias. Estas publicações deixam as mulheres frustradas porque tenta comportamentaliza-las num padrão quase inacessível. A beleza feminina na verdade é voltada para um prazer que é do homem.

Pretendemos construir a revista nos baseando nos espaços deixados por essas publicações, na maneira como elas “pecam” com a leitora que potencialmente poderia ser a sua.

O formato escolhido para nossa revista foi o tablete, de papel off-set, com 16 páginas, o que possibilita a leitora manusear a publicação facilmente. A revista será em preto e branco, com sessões pré-determinadas: cultura, saúde, moda e beleza, sexo, cotidiano, perfil, lugares, política e economia, com destaque para matérias que darão enfoque a diferentes assuntos. Algumas matérias, como as de comportamento, receberão maior enfoque tendo um número maior de páginas.

Pretendemos obter uma cota do jornal Zero do curso de Jornalismo levando a causa ao Colegiado do Curso. Caso isto não aconteça e também não haja perspectiva de patrocínio, desenvolveremos uma home page da revista.

Projeto Experimental

4 - Metologia

- * Realizar um aprofundamento da pesquisa já feita pelos integrantes da equipe. Apesar desta pesquisa já ter sido realizada, daremos continuidade à comparação, acompanhando lacunas existentes e adequando-as a revista
- * Dar continuidade às entrevistas e pesquisas com pessoas interessadas, analisar expectativas do público-alvo
- * Elaborar um projeto editorial e gráfico diferenciado, que passe a ser a identidade da publicação
- * Pesquisar possibilidade de anunciantes para manutenção e continuidade do projeto
- * Pesquisar assuntos que abasteçam pautas, realizar freqüentes reuniões de pautas com a equipe
- * Eleger pessoas que funcionem como suporte, que posicionem-se de maneira estratégica em determinados assuntos
- * Pesquisar formas de distribuição
- * Disponibilizar telefone, e-mail e endereço para correspondência com leitores.
- * As etapas de produção da revista serão divididas da seguinte maneira: Cíntia Teixeira - redatora, Renata Nymberg - editora gráfica, Stella Bousfield- fotógrafa *E NÃO TEM REDATOR?*

5 - Objetivos

5.1- Objetivo Geral

Editar uma revista voltada ao público feminino, na faixa dos 20 aos 30 anos, de classe média, em sua maioria universitárias.

5.2 - Objetivo Específicos

- * Pesquisar em outras publicações lacunas que devem ser preenchidas na nossa revista;
- * Buscar a opinião do futuro público da revista, verificar o que está faltando no mercado editorial
- * Elaborar o projeto editorial e gráfico
- * Procurar patrocínio e anunciantes
- * Procurar pessoas que se destaquem e que proporcionem histórias interessantes e atuais, que envolvam, acima de tudo, o público da Imediata
- * Indicar saídas práticas e economicamente viáveis para o nosso público -alvo

6 - Justificativa

Ao ingressar na Universidade sentimos a falta de uma publicação que abordasse assuntos de nosso interesse e que estivesse a par de nossa realidade. Surgiu então a idéia de criarmos uma revista voltada para mulheres como nós. Além de aperfeiçoarmos nossos conhecimentos de reportagem, fotos e artes gráficas, percebemos que a revista poderia vir a preencher um nicho de mercado ainda não explorado suficientemente. Seria uma publicação para pessoas que assim como nós sentem-se deslocadas em relação ao mercado editorial. Na aula de Projeto Editorial e Gráfico, ministrada pelo professor Henrique Finco, tivemos a oportunidade de desenvolver os primeiros passos da revista. Encontramos nessa possibilidade uma maneira de fazer o que realmente consideramos interessante no curso de jornalismo, apesar das dificuldades existentes na produção desta revista.

Projeto Experimental

7 - Cronograma

- * Dia 3 de setembro - conclusão do planejamento editorial e gráfico;
- * Durante o mês de setembro buscar possíveis anunciantes;
- * Dia 24 de setembro - produção do primeiro número;
- * Dia 29 de outubro - produção do 2º número;
- * Dia 30 de novembro - produção do 3º número.

8 - Bibliografia

RIBEIRO, Milton. *Planejamento Visual e Gráfico*

COULTHARD, Carmen. *A Mulher nas Revistas Femininas*

LIMA, Cláudia. *Estudos de Gênero*

9 - Orçamento

- * Revista mensal, impressa em formato tablete, preto & branco, com capa, contra-capas e central coloridas, 3000 exemplares, ao custo de 1000 reais;
- * Despesas com transportes: 300 reais mensais;
- * Despesas com fotógrafo: doze reais - um filme de 36 poses; revelação: 5 reais; ampliação: 110 reais.

10 - Participantes

Ainda não definido. ?