

Revista Luna: da concepção à produção¹

Fernanda Redin OLIVEIRA²

Flavia Geraldino MONTEIRO³

Isabela Escandiel da Paixão GAVA⁴

Maria Tereza Dias TASSINARI⁵

Mariana de Lima WEEGE⁶

Sandra DEPEXE⁷

Liliane Dutra BRIGNOL⁸

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O presente artigo visa documentar como ocorreu o processo de concepção da Revista Luna, publicação elaborada de forma integrada nas disciplinas de Planejamento e Produção Gráfica e Produção Editorial para Revistas do curso de Comunicação Social – Produção editorial da Universidade Federal de Santa Maria, no segundo semestre de 2018. Com objetivo de desmistificar o feminino, quebrar tabus e incentivar o auto-conhecimento e o amor em todas as suas leitoras, a revista possui uma diversidade de conteúdos estritamente voltados ao público feminino. Seguindo a linha de empoderamento que a revista defende, todo o corpo editorial é composto por mulheres. Além disso, a revista demonstra a liberdade feminina através da relação com a natureza que perpassa todo o projeto gráfico.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher; Empoderamento Feminino, Natureza; Diversidade; Revista.

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: fernandaredin@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: flagmfla@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: isabela.escandiel@gmail.com.

⁵ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: mariaterezadiastassinari@gmail.com.

⁶ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: weegemariana@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: sandra.depexe@ufsm.br

⁸ Co Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Produção Editorial - Comunicação Social da UFSM, e-mail: lilianebrignol@gmail.com

Luna é uma revista que trata de assuntos referentes à mulher na situação de minoria na sociedade atual. Ela foi idealizada por um grupo de mulheres que perceberam a falta e a necessidade do conteúdo no mercado. Dessa forma, seu objetivo é desmistificar o feminino, quebrar tabus e incentivar o autoconhecimento e o amor em todas as suas leitoras. A revista trata de assuntos relevantes e diversos no contexto de empoderamento feminino desde saúde, ciência, política e entretenimento, sempre com uma linguagem acessível utilizando fotografias e ilustrações. Sua produção ocorreu de forma integrada entre as disciplinas de Planejamento e Produção Gráfica e Produção Editorial para Revistas, ambas do quarto semestre da matriz curricular do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM.

Toda a produção das matérias foi realizada pelas cinco integrantes do grupo, as temáticas foram escolhidas em conjunto e cada uma escreveu para a seção a qual iria diagramar. Aqueles conteúdos que não haveria tempo de produzir dentro das disciplinas, como as fotos para o Dossiê Temático, foram coletados em parceria com outras acadêmicas dos cursos de Comunicação Social da UFSM, sendo devidamente creditados na revista. Foi priorizado parceria com acadêmicas da UFSM, para dar visibilidade às produções locais (da cidade na qual as acadêmicas residem).

METODOLOGIA

Antes de iniciar a construção da Revista Luna, foi necessário realizar um estudo para entender como se estrutura uma revista, para isso apropriou-se dos conceitos de Fátima Ali.(2009). A autora define uma série de características a serem observadas na concepção de uma revista como periodicidade, forte relacionamento com o público e identidade própria bem definida.

Em relação à aproximação com os públicos, é possível observar que vários autores destacam como um dos pontos principais para ter uma revista de sucesso. Para que esta relação se consolide, é necessário conhecer e definir o público, de forma a produzir conteúdos de seu interesse. Buitoni (2013), explica então a diferença entre segmentação e especialização no mercado editorial de revistas, o primeiro sendo a divisão de públicos pelo interesse (culinária, esportes, viagem), já o segundo se

referindo a divisão por grupo social (idade, gênero, perfil socioeconômico). Desta forma, as revistas podem ser classificadas em segmentadas ou especializadas, ao compreender estes dois conceitos, a definição de públicos da revista Luna se tornou mais fácil.

Para a elaboração do Projeto Editorial e Gráfico foi realizado um estudo de caso, tendo como objeto de estudo as Revistas Arco da UFSM e a Revista TPM, sendo posteriormente utilizadas como referência para o projeto gráfico e editorial respectivamente. Além disso, foi realizado um levantamento para verificar se já existia algo parecido com a proposta de conteúdo da Luna no Brasil.

Arco é uma revista de jornalismo científico e cultural idealizada pela então coordenadoria de Comunicação Social em parceria com o curso de Jornalismo da UFSM. Ela foi escolhida como objeto de estudo, pois possui uma forte identidade editorial e seu projeto gráfico utiliza ilustrações e fotografias que conversam bem com o conteúdo textual, tendo ainda um bom respiro gráfico. A fotografia ou ilustração de capa continuar na contracapa foi outra característica da Arco que serviu de inspiração para a criação da Luna.

A Revista TPM foi lançada em 2001 pela Trip Editora e possui a missão de “questionar os padrões impostos pela sociedade, chacoalhar certezas e debater fórmulas prontas, tabus e crenças limitantes”. Porém não possui produção de conteúdo exclusivamente por mulheres, além de muitas vezes apresentar ensaios sensuais masculinos, por exemplo, o que não é o foco da Luna. Além disso, apesar de ser a revista mais próxima à Luna em questão de públicos, atualmente é apenas digital e não possui o corpo editorial composto apenas por mulheres.

Ao inferir diversas diferenças entre a Luna e a TPM deu-se início ao processo de criação da nossa revista. É importante destacar que todas as escolhas e elementos presentes na Revista Luna possuem uma justificativa para estar ali, para isso foram utilizadas as bibliografias das disciplinas, como forma de conhecer e entender sobre as técnicas de design (escolha de tipografia, cores, formato) e as necessidades de uma revista.

PROJETO EDITORIAL DA REVISTA LUNA

A principal missão da revista é quebrar estereótipos construídos a partir do que é “feminino”, incentivando o empoderamento e o amor próprio. Para isso, trata de assuntos relevantes e diversos no contexto de empoderamento feminino, com uma linguagem acessível utilizando fotografias e ilustrações. O conteúdo é totalmente voltado para a leitora, para o que ela precisa, sobre o que ela vive e sente. Além de ter espaços para elas se expressarem e mandarem seus comentários a serem publicados na revista, há também a “Carta da Editora” onde ocorre o contato direto entre o corpo editorial e as leitoras. Em vez de fazer seções especializadas em LGBTI+, negras e gordas etc, esses temas foram abordados dentro de todas as seções da revista, pois as editoras acreditam que esses temas não devem ser separados, mas abordados em relação convergente e fluída. A linguagem da revista é informal/coloquial, que visa um contato mais próximo com a leitora, escrevendo como ela fala e, por vezes, em seções ou em matérias mais descontraídas, é feito o uso de gírias.

A escolha do nome faz alusão à lua, sendo ela um símbolo da fertilidade e referência ao período menstrual. Isso tem relação direta com o público-alvo da revista, mulheres de 18 a 30 anos, residentes no Brasil, de classe média, que tenham como interesses o empoderamento feminino e assuntos relacionados à desconstrução dos paradigmas relacionados à mulher, vigentes na sociedade. Além de conectar-se com o projeto gráfico que busca abordar a liberdade feminina através de elementos da natureza.

As seções presentes na revista são carta das editoras; espaço da leitora; entrevista; dossiê; saúde; eventos; entretenimento e política. Elas foram escolhidas, pois com objetivo de, além de entreter, levar conhecimento sobre produções femininas que muitas vezes não possuem destaque, para outras mulheres. Desta forma, a Luna não possui seções sobre famosos, moda e beleza, visto que estas têm grande espaço em outras revistas femininas.

PROJETO GRÁFICO DA REVISTA LUNA

Tendo como inspiração essa relação, é utilizada a aquarela em todas as seções e uma abundância de cores vivas remetendo a natureza e a capa da primeira edição. Ademais, construindo o conceito de natureza, a maioria das seções têm objetos e imagens em aquarela inspirados nessa visão, como folhas e flores. É importante destacar que o projeto gráfico é produzido integralmente por mulheres; as fontes, as imagens, as reportagens e as ilustrações são criadas e produzidas por mulheres, pois é incoerente buscar dar voz a elas e não utilizar produtos feitos por elas.

Figura 1



Capa da Revista Luna

A escolha da capa tem relação direta com o dossiê, que apresenta ensaios fotográficos produzidos por mulheres para mulheres com temas variados, como representação feminina, racismo, gordofobia, LGBTQI+. Ela traz a foto de uma mulher, fotografada em um dos ensaios do dossiê, e faz referência às cores utilizadas nas cartolas das seções. Como esta primeira edição seria lançada em novembro, mês da consciência negra, optou-se por utilizar a foto de uma mulher negra. Ela se inicia na 4ª capa e termina na 1ª, uma característica a ser mantida em todas as edições, tendo o elemento principal, que se quer destaque, sempre na 1ª capa.

Os elementos que compõem a capa são as manchetes das matérias mais relevantes nesta edição, tendo como destaque os ensaios fotográficos do dossiê com a fonte tipográfica igual a usada no miolo da revista. Abaixo do nome da revista, há informações como o número da edição, o ano e o mês de publicação. Por ser um trabalho acadêmico optou-se por colocar a logo da UFSM e do curso de Produção Editorial, porém se comercializada elas não estariam presentes.

O tamanho da revista é de 275 mm x 199 mm, tendo sua mancha gráfica com 235mm x 161mm. A margem interna foi definida neste tamanho de modo que o texto não ficasse muito próximo à dobra da revista, pensando em não dificultar a leitura. Já a margem externa tem este tamanho para que a leitora possa segurar a revista confortavelmente e sem atrapalhar a leitura com os próprios dedos. Em relação a diagramação, o grupo optou por utilizar o grid Modular em toda a revista, composto por 5 colunas, 8 linhas e medianiz de 5mm, pensando na maior quantidade de variações possíveis a serem feitas respeitando o alinhamento da página. Ela foi realizada no software Indesign da Adobe, e o tratamento das imagens no Photoshop também da Adobe.

A revista possui cartola com nome da seção fixa na parte superior da primeira página de cada seção, e número da página e nome da revista fixos na parte inferior externa de todas as páginas. As cores das seções foram pensadas para seguir o círculo cromático, iniciando com o rosa da seção “carta das editoras” e terminando com roxo em “política”. As cores fazem alusão ao arco-irís, que remete à natureza e à bandeira do movimento LGBTQI+, defendido pela revista. Para que as cores escolhidas ganhassem destaque, elas foram usadas na cartola em aquarela em cada seção.

Como o conceito visa trazer a liberdade feminina através da natureza, buscou-se utilizar fontes com transições (com exceção da fonte decorativa do dossiê), a fim do texto ser visualmente mais leve e com leitura mais fluida. As fontes utilizadas são todas criadas por mulheres, sendo elas: *Courgete*, *Montserrat*, *Embasy BT*, *Rasa* e *KG all of me*. A busca por elas foi um desafio, visto que a maioria das fontes disponíveis gratuitamente são criações masculinas. Além disso, buscou-se estabelecer uma relação

de contraste entre elas, pois como coloca Willams (1995) “o contraste está intrinsecamente relacionado à organização e à clareza das informações”.

Por ser um grupo grande, onde todas gostariam de trabalhar em várias áreas da produção da revista, optou-se por dividir as seções entre as integrantes do grupo, ou seja cada integrante seria responsável por todas as etapas desde a escrita, busca por imagens e tratamento das mesmas, à diagramação. No começo parecia um desafio, pois todas possuem personalidades diferentes e como coloca Zappaterra (2014) “O estilo de design de uma revista está indissociavelmente ligado à sua marca”, portanto mesmo com a liberdade de criação em cada seção era extremamente importante que estas possuíssem um estilo de design em comum.

Figura 2



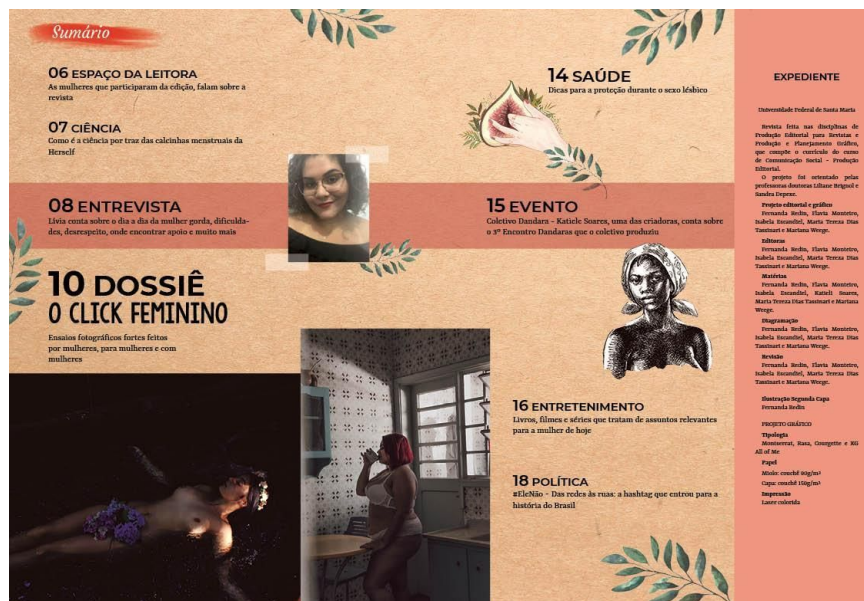
Espaço Publicitário na terceira capa da Revista. Na edição piloto, está presente a propaganda da Reviva, empresa desenvolvida para a disciplina de Comunicação Integrada pelas acadêmicas Flavia Monteiro e Isabela Escandiel.

Figura 3



Ilustração da segunda capa (à esq.) e carta das editoras (à dir.)

Figura 4



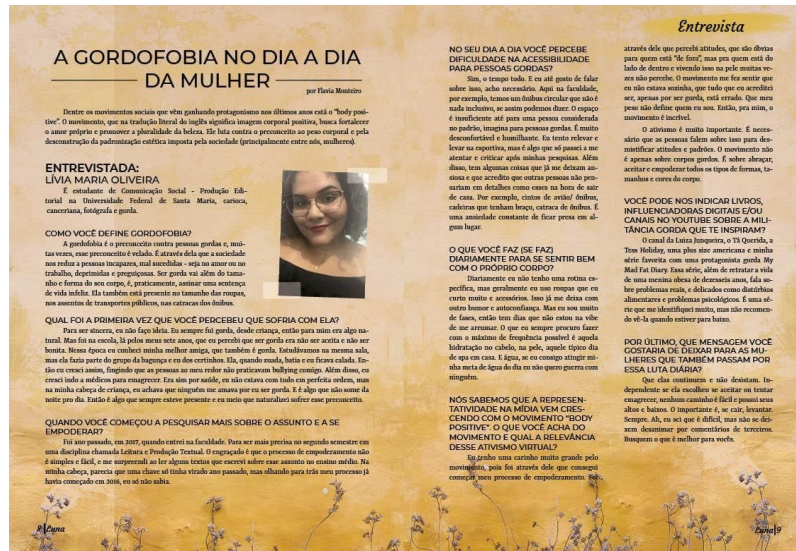
Sumário da Revista Luna

Figura 5



Espaço da leitora (à esq.) e seção de ciência, que nesta edição aborda a inovação das calcinhas menstruais (à dir.)

Figura 6



Seção entrevista, nesta edição a entrevistada Lívia Maria Oliveira fala sobre a gordofobia.

Figura 8

O CLICK FEMININO

por Mariana Sérgio e Fernando Mendes

As mulheres são diariamente tratadas no ambiente em que vivem, trabalham ou se relacionam, seja pela cor da sua pele, sua orientação sexual, seu peso ou, até mesmo, pelo modo que se vestem. A busca pelos seus direitos na sociedade atravessa anos na história e, mesmo com grandes descobrimentos e a tentativa de igualdade de gênero, ainda há um abismo entre o que é real e o que é desejado.

Elas são subjugadas por convenções históricas, sociais e culturais como se fossem submissas e sem intelecto. Essas convenções são baseadas, infelizmente, na cultura machista e patriarcal proposta pela sociedade que acaba, cada vez mais, excluindo as mulheres da possibilidade de gênero e da visibilidade contra a mulher. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), no Brasil, a taxa de feminicídios é a quinta maior do mundo, sendo as mulheres negras as principais vítimas (20%).

Este dossiê traz, como forma de dar voz a essas mulheres vítimas de preconceitos, materiais fotográficos realizados por mulheres e para mulheres, retratando, de diversos modos, a beleza feminina e o amor próprio. Sem fins lucrativos, essas fotografias se inspiraram na luta contra a discriminação e resolveram, como forma de protesto, evidenciar a feminilidade das variadas formas existentes e com isso quebrar paradigmas, tabus e estereótipos.

À COR DA PELE

Fotógrafa: Thais Kauer Osakawa

Conceito: O projeto visava abordar, através dos retratos, dois aspectos: a diversidade de corpos femininos, buscando desconstruir a ideia de beleza padronizada imposta de formas massivas que acarreta na falta de auto-confiança e amor próprio por grande parte das mulheres, e a ausência de visibilidade de artistas mulheres no mercado das artes visuais. O maior intuito de fato era alertar principalmente os fazedores de arte, além de ser mesmo abolida socialmente, as pessoas tem muito mais contato com pinturas animadas por homens, entretanto, por trás os contornos, os retratos são frequentemente de mulheres. Isto é, a foto é resultado do trabalho das artistas e apesar que as mulheres não estão no mundo artístico apenas como musas. O projeto também buscou entender como as mulheres fotografadas se sentem oprimidas em um mundo predominantemente machista e, através de seus retratos, criaram um paralelo entre a dependência da modelo e algum momento que a respectiva autora da pintura viveu.

Dossiê



Modelo: Beatriz Della Mota
Artista: Mariana Degani
Obra: Canto da Vaidas

Modelo: Lívia Biruel
Artista: Georgina O'Keefe
Obra: From the Faraway, Nearby

10 | Zona



11 | Zona

FAT POWER: a fotografia a favor da mulher gorda

Fotógrafa: Carine do Silva
Modelo: Produtora: Lisandra Cohen

Conceito: A mulher gorda é a maior vítima da gordofobia, pois há uma ótica de opressão estética por viver em uma sociedade patriarcal. Devido a toda a mulher sofrer com pressão estética, o tratamento com a própria imagem e o ódio e vergonha ao próprio corpo passam a ser as questões mais relevantes da gordofobia para a sociedade. Esse tratamento se dá de forma naturalizada, devido à representação da mulher gorda na mídia, em geral oposta ao padrão de beleza estético representado pelo cinema que, pela reprodução continuada de conceitos gordofóbicos no fluxo da mídia associando emagrecimento e felicidade à pessoa gorda, ou ainda, conscientiza de que é melhor estar doente do que ter um corpo gordo, entre outros.

NATUREZA E MITO

Fotógrafa: Lisandra Rodrigues
Modelo: Rafaela Flores

Conceito: O projeto tem como referência a estética e a narrativa de pinturas renascentistas e pré-renascentistas, que apresentavam elementos da natureza e personagens da mitologia grega, como a pintura "Níobe e os filhos" de John William Waterhouse. Alguns desses buscam-se a desnaturalização do corpo através da sua exposição, explorando a beleza e a relação entre corpo e natureza.

12 | Zona

NUANCES

Fotógrafa: Nítaba Kuffner
Modelos: Edinara Vitorino e Bruna Freitas

Conceito: Não lembro ao certo quando isso aconteceu, quando percebi, a fotografia já existia em mim, ela me encontrou no dia a dia, nos momentos mais simples. Tudo ao meu redor passou a ser "fotografável". É gostoso quando a gente redescobre o mundo, vê beleza onde antes era só mais uma coisa entre tantas outras que há milhares de vezes tem sido notadas - formas, cores, texturas. Quando a fotografia me encontrou e me mostrou que resignificar as coisas que existiam é um dos maiores poderes, eu só me entreguei e comeci a viver um dos melhores momentos da minha vida - meu redescobrimiento.

Ela me fez perceber que, além de resignificar coisas, poderia me resignificar, pra mim mesma. Foi a primeira experiência de me auto fotografar e me ver. O resultado foi intenso, eu consegui me ver naquelas fotos, em cada uma e em cada. Hoje, eu sei o quanto isso é importante.

Que, a anos depois, descobri que tudo aquilo que eu conseguia sentir ao viver minhas experiências fotográficas, eu poderia fazer outras mulheres sentirem. Eu já conhecia as insignificâncias, já conhecia os impasses das cobranças que existiam em relação aos padrões de beleza e que o mundo acumulava a nosso corpo, mas que a gente é muito mais que isso.

Dossiê



13 | Zona

Dossiê “O Click Feminino”, ele traz fotos de quatro ensaios fotográficos feitos por mulheres, com mulheres e para mulheres.

Figura 7



Seção de saúde, nesta edição traz dicas de como se proteger na hora do sexo lésbico (à esq.) e seção de eventos, onde apresenta um pouco sobre os encontros do Coletivo Dandaras (à dir.)

Figura 8



Seção de entretenimento, espaço para a indicação de séries, filmes e livros.

Figura 9



Nesta edição, a seção de política abordou o movimento *#elenão* que ocorreu em 2018.

Ao longo da produção das seções, o que parecia um desafio no começo, foi o que tornou a Revista Luna muito especial, pois cada seção possui características próprias (respiro gráfico, fundo, estilo de ilustração, disposição das caixas de texto), e por seguirem o mesmo projeto gráfico (uso de aquarelas e elementos da natureza, como flores e folhas) continuam trazendo a sensação de unidade. Para Zappaterra (2014), “muitos elementos compõem um design, incluindo recursos visuais, tipos, cores, janelas e elementos gráficos. O uso individual desses elementos e suas combinações estabelecem um estilo e ajudam a criar um “clima””, na Luna é possível perceber o uso de muitos destes elementos, pois desde o início da concepção do projeto gráfico definiu-se que seria explorado muitos as suas combinações a fim fazer a leitora “adentrar” no universo da Revista.

CONCLUSÃO

Ao fim do projeto o grupo pôde atestar a dificuldade de criar um produto midiático que fosse diverso, no sentido de perpassar por todas as questões sociais, nas quais mulheres estão envolvidas e possuísse um diferencial em relação aos projetos criados anteriormente nas próprias disciplinas. Segundo Samara (2010), “Toda

publicação começa como uma ideia. um assunto ou mensagem que possui função, mas ainda não tem forma.”, desde o início do projeto o grupo sabia qual o tema gostaria de trabalhar e sentia que era algo relevante para a sociedade. Durante todo o processo, a ideia da revista foi amadurecendo ganhando uma nova forma e seu sentido sendo ressignificado, contudo o que sempre permaneceu foi a vontade e motivação em criar uma Revista verdadeiramente de mulheres para mulheres.

Ao realizar as pesquisas para o projeto, percebeu-se a necessidade de projetos como a revista Luna serem de fato concretizados e disseminados. Seu público alvo ainda não possui uma grande variedade de produtos midiáticos que sigam a proposta da revista, e é através desses produtos e de mais acesso a conteúdos como os apresentados nas matérias criadas no projeto que o empoderamento feminino acontece.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.

BUITONI, Dulcilia Schroeder. **Revista e segmentação: dividir para reunir**. In: TAVARES, Frederico de Mello B; SCHWAAB, Reges. (orgs.) *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013. p.107-118.

CARVALHAL, Raquel T. **O design e a construção de uma identidade feminina na revista TPM**. 2006. Disponível em:
<<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16255/000623434.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 21 nov 2018.

Midia Kit da editora Trip (revistas TPM e Trip)
<http://www.tripeditora.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Trip-Tpm-Mi%CC%81dia-Kit-2015.pdf>

SAMARA, Timothy. **Evolução do design**: da teoria à prática. Porto Alegre: Bookman, 2010.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é design**: noções básicas de planejamento visual. São Paulo. Callis, 1995.

ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.