



**CENTRO
UNIVERSITÁRIO**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO ASSIS GURGACZ
CURSO DE JORNALISMO**

DANIELA CÁSSIA PAVAN
ELLEN EHLKE PICUSSA
JULIA CAPPELETTO DO LAGO
MARIA LUIZA REDIVO DE MARCO
MILENA ROLIM

**PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO MULTIMÍDIA:
ELAS NA REPÚBLICA**

CASCADEL
2022

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO ASSIS GURGACZ
CURSO DE JORNALISMO**

DANIELA CÁSSIA PAVAN
ELLEN EHLKE PICUSSA
JULIA CAPPELETTO DO LAGO
MARIA LUIZA REDIVO DE MARCO
MILENA ROLIM

**PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO MULTIMÍDIA:
ELAS NA REPÚBLICA**

Trabalho apresentado como requisito para conclusão da disciplina de Projeto Experimental Multimídia, na categoria Jornalismo Impresso, do curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG.

Professora Orientadora: Tatiana Fasolo Bilhar.

CASCADEL
2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	04
2 PROBLEMATIZAÇÃO	06
3 OBJETIVOS	07
3.1 OBJETIVO GERAL	07
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	07
4 PRÉ-PRODUÇÃO	07
5 PROJETO EDITORIAL	09
5.1 NOME	10
5.2 IDENTIDADE VISUAL	11
5.3 PRODUTOS	12
5.3.1 LIVRO-REPORTAGEM	12
5.3.2 PODCAST	13
5.3.3 PERFIL DO INSTAGRAM	14
6 PRODUÇÃO	14
7 VIABILIDADE	17
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
REFERÊNCIAS	22
APÊNDICES	23

1 INTRODUÇÃO

As concepções sobre a mulher na sociedade e suas representações parecem estar sempre em condições de inferioridade e submissão. Isso porque, não raro, o feminino aparece associado, social e midiaticamente, às características e qualidades limitantes, construídas por meio de desigualdades em relação aos homens e pela manutenção da opressão nas relações de gênero. São códigos relativos às mulheres que contribuem para a permanência de estereótipos no senso comum. Urge, assim, a necessidade de discutir, propor, organizar, incentivar e ampliar iniciativas de enfrentamento à opressão e às desigualdades históricas cristalizadas sobre as mulheres.

Sendo o conceito de feminino percebido como um conjunto de símbolos e regras reforçado através de mitos e imagens produzidos socialmente, com sentido de estabelecer e difundir identidades superficiais, incoerentes e distorcidas sobre as mulheres na sociedade, a mídia, ao escolher e disseminar pautas com maior destaque sobre maternidade, culinária, matrimônio, beleza, sexo, moda e outras, fomenta pensamentos de submissão e desigualdade social. Apesar de não produzir, o jornalismo pode reproduzir e reforçar estereótipos e discursos contraditórios sobre os papéis da mulher e suas competências, reafirmando separações tradicionais que associam as mulheres à esfera doméstica e íntima, à emotividade e ao corpo. Considerados enquanto aparatos técnicos de mediação simbólica, os meios de comunicação transformaram a natureza das interações sociais e as percepções que os indivíduos e grupos têm de si mesmos e dos outros (THOMPSON, 1995).

A partir disso, observa-se que a pauta feminina ganha espaço na mídia tradicional, especialmente, através de assuntos negativos, como casos de violência, ou então por meio de sub-representações, marcadas por estereótipos de gênero e vinculadas a posições de menor prestígio, sendo que os veículos midiáticos, por sua vez, deixam a desejar ao não cumprir com seu dever que vai além do informar. Isso porque os meios de comunicação, em geral, influenciam a vida da sociedade, pois são uma das mais importantes fontes de (in)formação, que podem ter ações positivas e decisivas nas discussões dessa e de outras temáticas relevantes.

Destaca-se, que os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade. Em alguns momentos, ao nível individual, durante a realização de uma reportagem ou

na redação da notícia, quando é decidido quem entrevistar ou que palavras serão utilizadas para escrever a matéria, de mais poder, consoante a sua posição na hierarquia da empresa e, em outros, coletivamente, como profissionais de um campo de mediação que adquire cada vez mais influência com a explosão midiática, tornando evidente que os jornalistas exercem poder (TRAQUINA, 2005, p. 26).

A maneira como os conteúdos noticiosos são transmitidos e os acontecimentos narrados (cobertura midiática) é responsável pela construção de significados e significações, nem sempre explícitos ou diferenciados, e que podem ser utilizados como instrumentos para fomento ou enfraquecimento dos direitos das mulheres. Uma lógica que, por vezes, é responsável por alimentar uma espécie de espiral do silêncio diante de ciclos de violência e dominação do homem, além de criar narrativas distorcidas da realidade, uma vez que as versões oficiais dos fatos quase sempre são contadas pelo ponto de vista masculino, colocando, mais uma vez, as mulheres em papéis menores e secundários.

Inclusive, é Simone de Beauvoir quem, nas páginas de o *Segundo Sexo*, publicado em 1949, já criticava essa construção simbólica e que persiste sob a batuta do patriarcado. Nas palavras da autora, "A representação do mundo, como o próprio mundo, é operação dos homens; eles o descrevem do ponto de vista que lhes é peculiar e que confundem com a verdade absoluta" (BEAUVOIR, 1970, p.183).

Sendo assim, considerando que o jornalismo é um conjunto de 'estórias', 'estórias' da vida, 'estórias' das estrelas, 'estórias' de triunfo e tragédia" (TRAQUINA, 2005, p. 21), este projeto multimídia traz a possibilidade de trabalhar novas estratégias de intervenção política contra as desigualdades e as violências sofridas, abrindo espaço para críticas e reflexões sobre questões que ainda precisam ser devidamente debatidas, tais como espaços de poder, políticas públicas, legislação e direitos (reprodutivo, de voto e Lei Maria da Penha, por exemplo), tipos de violências, mercado de trabalho, educação, preconceito, diversidade, inclusão, igualdade, entre outros, que, abordados superficialmente, assumem posições marginalizadas na esfera comunicacional convencional.

Ressalta-se, ainda, que este trabalho reconhece a existência de meios alternativos de comunicação - ao passo que também se configura como tal - que direcionam seus espaços editoriais para a discussão de algumas dessas narrativas, mas que ainda são minoria e com alcance de público limitado, dificultando que as

fatias sociais que necessitam desses conhecimentos sejam alcançadas. Aqui, cabe salientar que, atualmente, a concepção de mídia alternativa não contempla apenas a ideia de oposição política, mas também outras expressões de diferentes grupos sociais que fazem da comunicação um instrumento para incentivar projetos e lutas. O que se mantém, contudo, é o significado que tais produções assumem na defesa da liberdade de expressão das minorias sociais e do direito de comunicar como parte das lutas pela cidadania (PERUZZO, 2004).

Portanto, o projeto em questão também se configura, a longo prazo, como uma ferramenta de transformação social ao distribuir os conteúdos de forma acessível para que atinjam diferentes espaços e promovam a conscientização política sobre o conceito central, que é a mulher na sociedade.

Para tal, considera-se importante evidenciar que, enquanto trabalho multimídia, a produção de conteúdos será segmentada em diferentes produtos jornalísticos complementares e interativos, sendo o “carro-chefe” a criação de livros-reportagem com conteúdos que retratarão histórias de vida de diferentes mulheres, cujas narrativas, na edição piloto produzida, serão entrelaçadas através de um coletivo de apoio para esse público. A escolha do impresso como um dos produtos se deve ao fato de ainda ser um dos formatos que, numa época de culto à instantaneidade, comporta perfeitamente o jornalismo literário e sua interdiscursividade.

Além disso, um perfil no Instagram e um *podcast*, ambos no ambiente virtual, uma vez que também auxiliam na criação de espaços de representatividade e apoio por meio da difusão de informações e discussões de assuntos inerentes à proposta do projeto, fomentando sua visibilidade e valorização. Os detalhes dessa tríade de produtos são apresentados no decorrer do desenvolvimento deste memorial.

2 PROBLEMATIZAÇÃO

Consideram-se, neste trabalho, as representações sobre as mulheres e a reprodução de estereótipos por parte da mídia e do jornalismo convencionais que, enquanto vitrines, são responsáveis por expor, a partir de critérios, prioridades e interesses (políticos, econômicos e sociais), recortes que serão tematizados, interpretados, discutidos e repercutidos publicamente, conforme o tratamento

jornalístico dado para cada assunto. À vista disso, este projeto multimídia tem como objetivo desenvolver produtos comunicacionais que respondam ao seguinte problema de pesquisa: *como podemos fortalecer as lutas das mulheres por meio do jornalismo como estratégia de ação política?*

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Criar um produto experimental em jornalismo multimídia, com foco no impresso e desdobramentos em outras mídias, que contribua para o fortalecimento das lutas das mulheres na sociedade, utilizando-se do poder da comunicação enquanto ferramenta política e de transformação social.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Discutir acerca dos mecanismos de representação da mulher nos meios de comunicação convencionais e suas respectivas construções e significações históricas e sociais;
- Evidenciar como o jornalismo, especialmente por meio da existência de meios de comunicação alternativos, pode fomentar discussões e avanços sobre diferentes assuntos pertinentes às pautas femininas;
- Distribuir conteúdos informativos em diferentes formatos e de forma acessível para promover um movimento de conscientização política sobre a mulher na sociedade;
- Utilizar os elementos do jornalismo literário para apresentar, humanizar e aprofundar histórias de mulheres, opondo-se à espiral do silêncio produzida historicamente pelo patriarcado;
- Divulgar, incentivar e apoiar o empreendedorismo feminino.

4 PRÉ-PRODUÇÃO

Antes de começarmos a produção do material, tivemos orientações semanais com a orientadora do projeto, para termos direcionamento e

acompanhamento durante a pré-produção e produção do projeto. Após o alinhamento inicial, começamos com as leituras de pesquisas acerca de assuntos mais voltados às mulheres. Assim, realizamos inicialmente uma revisão de literatura sobre temáticas como a mulher na sociedade ocidental, o patriarcalismo, os feminismos e a relação da imprensa com o feminino.

Além disso, fizemos um levantamento de revistas¹ - impressas e digitais - que se voltam para o tratamento de assuntos femininos e feministas, em busca de compreender o que existe no mercado midiático nesse sentido e (re)conhecer como temáticas e conteúdos sobre e para as mulheres são veiculados e construir referências e exemplos a serem ou não seguidos. Embora tenhamos optado pela produção de um livro-reportagem, o levantamento serviu de base para entendermos como esses produtos de cunho informativo apresentam características dissertativas, normativas, opinativas e didáticas para a construção do feminino, do feminismo e da mulher na sociedade. Com seus discursos e representações sociais, em sua maioria conservadores e tradicionais, eles conseguem influenciar na identidade das leitoras e formar o imaginário social. E esta influência é realizada sobre as mulheres para as mulheres. Assim, afirma-se o que é ser mulher, quais são suas funções sociais, quais lugares devem e podem ocupar e quais devem ser seus comportamentos.

Também, buscando estabelecer parâmetros para o projeto, aplicamos um questionário² aos públicos feminino e masculino, para identificar os tipos de mídias que consomem e conhecer melhor a opinião de ambos sobre conteúdos que abrangem a vida da mulher na sociedade. Ao todo, obtivemos 129 respostas para o questionário feminino e 37 para o masculino. Ambos os formulários contaram com as mesmas questões - 11 no total.

Diante das respostas, observamos, num panorama geral, que a produção de livros-reportagem sobre temáticas que versem sobre desafios e direitos das mulheres na sociedade teria respaldo com o público leitor, haja vista que a grande maioria das respostas indicaram que existe o hábito de leitura, em especial de livros, por parte dos públicos cotados, além do interesse em consumir conteúdos que discorrem sobre pautas sociais, inclusive em mídias sociais, com destaque para o Instagram, rede apontada como a preferida para consumir conteúdos. Com isso,

¹ O levantamento de revistas realizado encontra-se nos apêndices.

² As perguntas e respostas obtidas através do questionário estão disponíveis nos apêndices deste documento.

conseguimos atestar a escolha em produzir um livro-reportagem que se desdobra em um perfil no Instagram e também em um podcast - produto com ampla aceitação entre os públicos feminino (100%) e masculino (67%), de acordo com o questionário -, caracterizando a proposta deste projeto multimídia.

Isso posto, debruçamo-nos sobre a escolha da pauta da primeira edição do livro. Tendo em vista se tratar de um projeto que se volta às mulheres, numa produção coletiva e que visa ao coletivo feminino na sociedade, optamos por contar a história de um coletivo de mulheres. Dessa forma, como parte da pré-produção, realizamos uma conversa inicial com uma das fontes, a fim de verificar seu interesse em participar do projeto e conhecer melhor a história do referido coletivo. Nessa ocasião, definimos as fontes que seriam consultadas para a produção do livro-reportagem e assinamos os documentos - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e Autorização de uso imagem e áudio - com as participantes.

5 PROJETO EDITORIAL

O projeto *Elas na República* visa à publicação de livros-reportagens contando histórias verídicas, no viés do jornalismo literário, sobre mulheres. O intuito é conceder visibilidade às narrativas femininas e conscientizar o público, não apenas mulheres, mas também homens que possam se interessar pelo perfil como aliados da luta feminina.

Serão três edições produzidas por ano, uma a cada quatro meses, para que o tempo de produção seja suficiente para entrar em contato com as fontes de maneira ética e confortável a elas, explicar o intuito da escrita e deixar bem claro o propósito, e depois produzir o material. Os assuntos variam de acordo com as personagens, mas o objetivo dos livros é fazer com que mulheres contem suas histórias para inspirar, fazendo sempre com que o feminino se destaque.

Para a primeira edição do livro-reportagem, denominado *Sorriso Libertado*, buscamos tratar não sobre apenas uma mulher, mas um grupo de mulheres dispostas a acolher e buscar o fim da violência contra o gênero feminino, pela visão de três personagens distintas. Para contar a história desse coletivo, resgatamos também a história de uma quarta personagem - a primeira vítima que o coletivo apoiou -, que por mais de um ano sofreu todos os tipos de violência contra a mulher, dentro da própria casa.

As fontes foram encontradas no convívio profissional de algumas integrantes do nosso grupo, que entraram em contato com a fundadora do coletivo, que aceitou participar do projeto e ajudou-nos com indicações e histórias. Sendo assim, iniciamos o contato com uma conversa inicial, seguida por reuniões, sendo a maioria presencial, para saber a fundo sobre a história de cada personagem da primeira edição do livro-reportagem.

Como o livro foi escrito seguindo a linguagem literária, com detalhamentos, contará com uma média de 100 páginas. O material é impresso em papel pólen, oferecendo conforto e qualidade aos leitores. O objetivo é destacar a luta feminina na sociedade em busca de equidade de direitos. Assim, nossa linha editorial assume um posicionamento claro: não somos pretensamente neutras, somos mulheres que fazem do jornalismo uma forma de resistência e conscientização sobre as lutas femininas. As histórias que contamos nos livros-reportagens, assim como os temas destacados no perfil do Instagram e nos *podcasts* buscam dar visibilidade aos feminismos e colaborar com a busca por uma sociedade mais justa e igualitária, que supere o sexismo e a misoginia.

5.1 NOME

O projeto *Elas na República* possui o nome com mais de um sentido. A primeira palavra procura deixar claro que tem como principal objetivo falar sobre mulheres e deixá-las em evidência da mesma maneira que deveriam estar na sociedade.

Já a palavra *República*, que significa “forma de governo em que o povo exerce a soberania”³, destaca o cunho político-social do projeto, relacionando as mulheres à república, espaços públicos e decisórios que deveriam ocupar com regularidade.

Além disso, a palavra tem outro significado: “grupo de estudantes universitários que partilham a mesma habitação”⁴. Trazendo, então, a visão de acolhimento, de mulheres que buscam receber outras para oferecer apoio,

³ "**República**", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/rep%C3%BAblica>>. Acesso em 03 out. 2022.

⁴ "**República**", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/rep%C3%BAblica>>. Acesso em 03 out. 2022.

conhecimento e ajuda necessária. Destaca-se aqui a ideia de sororidade, tanto às mulheres vítimas de violência, quanto às que não reconhecem o espaço que podem conquistar.

O título do projeto, portanto, busca enfatizar o papel político da mulher na sociedade, no trabalho, na ciência, em casa, entre outros, reconhecendo sua importância nas discussões sociais. Sendo assim, o *Elas na República*, quer, literalmente, encontrar “elas na república”.

5.2 IDENTIDADE VISUAL

A logo do projeto *Elas na República* tem como foco mostrar a diversidade e a constante luta da mulher na sociedade, tendo um grupo de mulheres por trás do projeto. Sendo assim, as cores e elementos foram pensados a partir disso.

O amarelo busca expressar a criatividade, já que se trata de um projeto multimídia, que exige materiais em diversos formatos e sobre diversos assuntos (embora todos relacionados às mulheres). O rosa, apesar do clichê, busca destacar a ideia comum de feminilidade. O roxo mostra a transformação - da visão e do papel social da mulher - que o projeto busca por meio dos seus conteúdos. A cor verde traz o significado de equilíbrio e esperança. E o preto e o branco foram utilizados para trazer neutralidade e equilibrar a logo.

Cada símbolo também carrega um significado. A nuvem, por exemplo, representa um estado de constante transformação, o sol representa a força da mulher e a criatividade. Já o símbolo de feminino demonstra a luta constante da mulher na sociedade.

A tipografia utilizada é da linha serifada não muito formal, mas é uma fonte que representa assuntos sérios e de credibilidade. Conforme Albino (2022):

Presente por vários séculos, a serifa muitas vezes era empregada como um meio de apoio para a legibilidade. As formas alongadas no final de cada glifo em conjunto com os demais faziam o olho do leitor avançar pelo conteúdo em uma linha reta. (ALBINO, 2022, p. 12)

O fundo da logo mostra uma divisão com cores, para quebrar o branco com o vermelho, que, com o tom não muito forte, representa algo incisivo, como a luta feminina. Além disso, a palavra “na”, possui a tipografia diferente para quebrar o

reto, como se fossem paradigmas intitutados, assim como a separação da palavra “república”, que difere de algo padronizado e conservador.

O perfil do projeto no Instagram segue a mesma linha de cores da logo.

As fontes utilizadas nos materiais foram as famílias Montserrat e Casagrande, pois ambas comunicam com seriedade, de uma maneira minimalista e conversam com os elementos utilizados.

Para o formato dos elementos, preferimos as colagens, que trazem a simbologia de pluralidade - tal qual são plurais as mulheres que buscamos representar - e mostram elementos diversos colocados em lugares diferentes, ou em lugares em que deveriam estar (caso das mulheres, que deveriam ocupar mais espaços na sociedade). Foram utilizadas imagens de cunho histórico, como estátuas e papel velho, que remetem à história da mulher na sociedade e ao fato de que nossa luta é antiga. Para ornar com essas colagens, imagens atuais, com tecnologia, por exemplo, foram colocadas para lembrar que a luta continua.

Colagens com animais e plantas estão bem presentes nos materiais, pois “quebram” o choque da mensagem, trazendo paz, conforto e entendimento ao receptor, uma vez que muitos conteúdos tratam de assuntos polêmicos na sociedade.

Tanto as fontes, quanto os elementos utilizados nos materiais para o Instagram foram pensados numa perspectiva maximalista e sentimental, para fazer com que os interlocutores vejam de forma simples, mas com credibilidade e sejam impactados com a mensagem.

5.3 PRODUTOS

O projeto produzirá três produtos, sendo eles: Livro-reportagem, *Podcast* e um perfil no Instagram.

5.3.1 Livro-reportagem⁵

Conforme a pesquisa aplicada pelo projeto, o livro-reportagem apresentou um maior número de interesses pelo público. Ainda, o produto livro-reportagem foi

⁵ Livro-reportagem em formato digital disponível em:

https://issuu.com/elasnarepublica/docs/sorriso_libertado.elasnarepublica - ebookok.

escolhido com o intuito de atingir um público amplo de mulheres e para poder contar histórias reais por meio de uma linguagem literária. Além disso, o produto permite detalhamento em seu conteúdo, ou seja, o aprofundamento das histórias. Com isso, se concretiza o objetivo de conscientizar e mostrar o feminino em evidência. Livros-reportagens são formatos que propiciam maior durabilidade e a perenidade das histórias contadas. Segundo Oliveira (2006):

Depois de perceber a reportagem como um aprofundamento da notícia e a grande reportagem como a contextualização da mesma, resta ao livro-reportagem abordar extensivamente o fato reportado, nos mínimos detalhes. Em Páginas Ampliadas – o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura, [...]. É precisamente nesta peculiaridade, em avançar na apuração da reportagem, quebrando limites impostos pelo próprio jornalismo, que reside a característica formadora do livro-reportagem. Ele consegue informar, envolver e, até mesmo, entreter o público, através da leitura de um fato verdadeiro, num ambiente propício a experimentações e possibilidades narrativas diversas. (OLIVEIRA, 2006, p. 5)

As temáticas tratadas no livro estarão sempre relacionadas às mulheres, trazendo histórias impactantes que mostram situações às quais elas são submetidas, como violência doméstica, ou que protagonizam.

O projeto publicará três edições de livros-reportagens ao ano, um novo livro a cada quatro meses, no formato impresso e digital. A versão online será disponibilizada gratuitamente na plataforma Issuu, para que os conteúdos possam atingir o maior público possível. A versão impressa será disponibilizada mediante contribuição financeira ao projeto. Assim, os interessados poderão colaborar com o Elas na República por meio de plataforma de financiamento coletivo. Os assinantes terão acesso aos conteúdos exclusivos, e, conforme o valor, poderão obter um kit com a versão impressa da edição e alguns brindes. O dinheiro arrecadado com as assinaturas terá duas funções: parte será utilizado para cobrir os custos com a impressão do material e parte será destinado aos projetos sociais em prol das mulheres.

5.3.2 Podcast⁶

⁶ Podcast disponível em:

<https://open.spotify.com/show/47epnB8RYtuGCMlh5UBYcB?si=6bd2b135b7784fb4>.

O *podcast* seguirá a mesma linha do livro-reportagem, com temáticas político-sociais sobre mulheres, sempre trazendo como fontes mulheres com diferentes cargos, construindo um bate-papo sobre o assunto. A duração será de 20 a 30 minutos. A escolha do formato e do tempo dos conteúdos foi definida conforme os resultados da pesquisa que aplicamos junto às mulheres e aos homens para conhecer suas preferências. O *podcast*, como observado nas respostas, é de interesse do público, que costuma consumir conteúdos em áudio.

O produto tem como objetivo abordar assuntos que a mídia convencional geralmente silencia, contando com duas âncoras e pelo menos duas fontes selecionadas a cada episódio. O resultado é veiculado em aplicativos como *Spotify* e *Deezer*, abertos ao público, com cortes disponibilizados também no perfil do projeto no Instagram.

Serão produzidos 4 *podcasts* a cada edição de livro-reportagem, um a cada mês, todos com temáticas vinculadas à narrativa apresentada no livro. No caso deste projeto, produzimos uma edição apenas, a fim de ilustrar como serão as produções.

5.3.3 Perfil no Instagram⁷

Atualmente, percebe-se que por meio da pesquisa aplicada, o Instagram é a rede social mais acessada. Por isso, o projeto tem, entre seus produtos, um perfil no Instagram, para divulgar assuntos que interessem às mulheres e debatam temáticas vinculadas à sua luta por direitos na sociedade patriarcal - algumas das quais são, costumeiramente, silenciadas pela mídia tradicional conservadora.

O perfil @elasnarepublica conta com publicações diárias acerca de assuntos diversos, tais como a mulher na política, violência contra mulher, direitos da mulher, pobreza menstrual, entre outros.

6 PRODUÇÃO

A produção do projeto foi desenvolvida ao longo do segundo semestre de 2022, a partir de orientações semanais com a professora orientadora da disciplina. Os encontros frutificaram ideias e discussões que promoveram a definição da

⁷ Perfil no Instagram: <https://www.instagram.com/elasnarepublica/>.

proposta do projeto, bem como seu público-alvo. Com esses aspectos concretizados, como já observado, aplicamos um questionário virtual para entendermos opiniões, comportamentos e preferências de mulheres e homens sobre a temática e os produtos que dele fazem parte, para, a partir dos resultados, delimitarmos a pauta para a primeira edição do livro-reportagem, o planejamento de conteúdo para as redes sociais, os aspectos pertinentes ao projeto gráfico, bem como o desdobramento do tema principal por meio de um de um *podcast*.

O processo de produção do livro durou cerca de um mês. A capa foi confeccionada pelo *designer* Matheus Gonçalves a partir de informações e orientações reunidas em um *briefing* produzido pelas acadêmicas responsáveis pelo projeto. Como resultado estão linhas que perpassam e constroem três rostos, remetendo às cicatrizes dos abusos sofridos por uma das personagens, à ideia de dor e também de reconstrução. Um verdadeiro retrato da jornada de libertação de Tarsila através do Coletivo Mariellas.

Para a escrita das narrativas, resgatamos aspectos do jornalismo literário que, muito mais que apenas fugir das amarras da redação ou de exercitar a veia literária, significa potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidiano e proporcionar visões amplas da realidade, conforme explica Felipe Pena:

O jornalista literário não ignora o que aprendeu no jornalismo diário. Nem joga suas técnicas narrativas no lixo. O que ele faz é desenvolvê-las de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. Mas os velhos e bons princípios da redação continuam extremamente importantes, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, entre outras coisas (PENA, 2007, p. 49).

Justamente por isso, a produção do livro-reportagem *Sorriso Libertado* não negligenciou o contato *in loco* com as fontes que protagonizaram a narrativa. Tivemos, como premissa, realizar as entrevistas presencialmente com cada uma das personagens para entender todos os vieses presentes e, principalmente, silenciados, na história. Pontualmente, algumas informações foram obtidas por meio de ferramentas online, como *WhatsApp* e *Google Meet*, para aprimorar a produção jornalística e literária.

Ainda sobre isso, cabe salientar que, ao passo que a história que dá origem ao livro é um caso real, descoberto em 2021, optamos por utilizar nomes fictícios para proteger a identidade e integridade das personagens. Entre as justificativas está a de que o caso segue aguardando resolução em instâncias judiciais e a exposição, especialmente de Tarsila, poderia ocasionar possíveis problemas e questionamentos, não compactuando com o objetivo do projeto.

No que concerne à escrita do livro-reportagem, pontuamos que ele não segue necessariamente a ordem cronológica dos fatos e que cada uma das partes, as quais reúnem capítulos que mesclam o tom de reportagem e de literatura, foram produzidas por uma acadêmica diferente, refletindo, na própria escrita, aquilo que é a essência do projeto: a pluralidade e a coletividade feminina. Aspecto que, inclusive, também reforçamos na escrita do prefácio, que foi redigido pela docente e também jornalista, Julliane Brita, a nosso convite.

No âmbito do projeto, como já explicitado, publicaremos três edições de livros-reportagens ao ano. Ou seja, um livro a cada quatro meses, no formato impresso e digital. A versão online, em formato de *e-book*, será disponibilizada gratuitamente, enquanto que a física será viabilizada mediante contribuição financeira ao projeto. O objetivo é, além de garantir a sustentabilidade financeira do projeto, entregar experiências personalizadas aos leitores, haja vista que a versão impressa poderá ser adquirida junto a um kit literário - composto por, além de uma edição física do livro-reportagem, um marcador de página e uma caixa de madeira, ambos customizados com a identidade visual do 'Elas na República' e de uma *ecobag*. A escolha desses itens, que poderá variar em cada edição do livro-reportagem, justifica-se porque é perceptível que o envio de obras acompanhadas de brindes exclusivos e colecionáveis tem se mostrado um modelo de negócio capaz de dar lucro e gerar uma nova relação das pessoas com a literatura, que se transforma e renova a cada dia. É mais uma maneira de proporcionar boas memórias e jeitos diferentes de lidar com o mundo literário. Além disso, também conseguimos, através da confecção das *ecobags*, que foram produzidas por Raiane Portela, artista cascavelense, apoiar o empreendedorismo feminino.

A produção do *podcast*, por sua vez, contou igualmente com produção, apresentação e edição das próprias acadêmicas. Para o projeto experimental foi produzido um episódio que versou sobre o papel do Estado no acolhimento das

mulheres vítimas de violência. As convidadas que balizaram a discussão desse assunto foram a advogada da subseção da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) de Cascavel e presidente da Comissão da Mulher Advogada (CMA), Dayana Schihotski, e da cientista social, artista plástica, militante feminina e fundadora do Coletivo Mariellas, Claudia Mallmann.

Já no âmbito digital, com o perfil do Instagram, buscamos trabalhar conteúdos que dialoguem com a proposta do projeto, ou seja, temáticas que geralmente são silenciadas pela sociedade, e pela mídia, no que tange à realidade da vida das mulheres. Os *posts* diários para *feed* e *stories*, bem como as legendas que os acompanham, foram produzidos pelas próprias acadêmicas, respeitando aspectos como cores, elementos e tipografias previamente definidos para constituir a identidade visual do projeto e que foram detalhados no tópico 5.2 deste memorial. Como efeito, buscamos promover um movimento de conscientização política sobre a mulher na sociedade através da distribuição de conteúdos de cunho crítico e informativo em um espaço considerado acessível a uma fatia expressiva do público feminino e em diferentes faixas etárias.

Além disso, justamente pelo fato de a acessibilidade ser uma premissa do projeto, e considerando que vivemos em uma sociedade da informação, em que as inovações tecnológicas ditam a velocidade e o alcance dos dados, também optamos por produzir um audiolivro com o conteúdo do livro-reportagem.

Audiolivro é um livro em áudio, no qual “os leitores”, voluntários ou profissionais contratados para esta finalidade, interpretam textos literários, científicos, ou didáticos, que, utilizando sonorizações em suas narrativas, transmitem sentimentalismo em suas apresentações. Pode ser utilizado em suportes analógicos ou digitais, capturados na internet através de downloads em sites específicos, com acesso pago ou gratuito (MENEZES; FRANKLIN, 2008, p. 61).

Nesse sentido, consideramos que esse produto é ideal para estimular o alcance do nosso livro-reportagem, pois, além de ser utilizado por pessoas que pretendem aprofundar a prática da leitura, tornando-a mais assídua, também é um produto que remete à acessibilidade, uma vez que rompe a limitação do visual.

Em vista disso, a produção do audiolivro⁸ foi distribuída por capítulos, também como forma de facilitar a experiência da leitura e tornar o consumo do conteúdo mais atrativo. Especificamente para o projeto experimental, produzimos uma parte composta pela nota das autoras, o prefácio e o capítulo 1, que compõem a primeira parte do livro-reportagem.

Em paralelo com as produções de todos esses produtos que compõem o projeto, também discutimos formas de viabilizá-lo financeiramente. As conclusões são indicadas no tópico a seguir.

7 VIABILIDADE

O *Elas na República* visa à produção de conteúdos que sejam acessíveis e não elitistas, possibilitando engajamento junto ao projeto e ampla disseminação dos materiais produzidos, contribuindo, por meio da comunicação, para o fortalecimento das lutas das mulheres na sociedade. Desse modo, o objetivo é viabilizar a produção através de financiamento coletivo ou colaborativo, também conhecido como *crowdfunding*.

De acordo com Mollick (2013) e Kazure e Abdullah (2018), o *crowdfunding* traduz-se como um fenômeno virtual que apresenta como propósito apoiar em forma de financiamento, em nível colaborativo, projetos diversos, de ordem cultural, pessoal, sustentável ou ainda no lançamento de um produto e/ou serviço no mercado, podendo variar em cada caso em termos de meta e tipo de investimento. Para Kang et al. (2016) este movimento diz respeito a uma forma inovadora para viabilizar projetos por meio de plataforma *on-line* para recebimento de doações, reduzindo assim a barreira entre a falta de recursos e a burocracia para consegui-los em instituições tradicionais, como bancos e financiadoras.

O *crowdfunding* surge, então, como uma importante ferramenta possibilitada pelas novas tecnologias digitais para aqueles que querem tirar seus projetos do papel. Esse modelo de financiamento, que oferece liberdade ao proponente, está atraindo cada vez mais os jornalistas (ALVEZ; BITAR, 2017). Por isso, o projeto buscará sua inserção na Catarse, plataforma de financiamento coletivo para projetos criativos. Através dela, disponibilizaremos uma opção de plano para assinatura

⁸ Primeira parte do audiolivro disponível em:

<https://open.spotify.com/episode/50udJCB1xI2fd9BDACCU3W?si=6841944cfabf4728>.

denominado *República Mídia*. Com ele, os colaboradores terão acesso a recompensas de acordo com o valor contribuído. Por exemplo: contribuição de R\$ 30 confere acesso a uma *newsletter* mensal, um *podcast* extra mensal, um *chat* exclusivo, por meio de grupos no Telegram ou *WhatsApp*, para debates acerca dos conteúdos explorados na temática da edição quadrimestral do projeto, além de acesso exclusivo à pré-venda dos kits literários.

A *newsletter* mencionada consistirá numa publicação dividida em três seções, sendo elas: "*República Informa*", que abordará notícias relacionadas ao tema discutido da última edição do livro-reportagem, bem como demais assuntos relativos ao feminino e à mulher na sociedade que estejam em evidência no cenário nacional e internacional no período em questão; "*Livraria da República*", que trará informações exclusivas sobre a edição do livro-reportagem, tais como processo de produção, bastidores, entrevistas, publicação, etc.; e "*Dossiê da República*", com dados referentes à presença e atuação da mulher na sociedade, bem como estatísticas das violências que acometem esse público.

Já os kits literários do projeto terão o valor de R\$100 cada e serão compostos por uma edição do livro físico e os brindes correspondentes à edição - que no caso da edição piloto são uma *ecobag*, um marca-página e uma caixa, personalizados com a estética do projeto *Elas na República*. Da mesma forma, o colaborador também terá à disposição a opção de adquirir apenas a edição do livro físico através da contribuição de R\$ 55.

Além do tempo e qualificação profissional destinados às produções de conteúdos, dos custos com a impressão do livro e da confecção dos brindes, os demais materiais não demandam grandes investimentos para sua realização.

O perfil no Instagram é gratuito e conta com imagens e textos produzidos de forma autoral pelo grupo e, conseqüentemente, sem custos para a publicação.

Apesar de, inicialmente, as gravações dos áudios para os *podcast* e audiolivro serem feitas com a estrutura do estúdio do Centro FAG, as demais poderão ser produzidas de forma artesanal, com a edição realizada pelas próprias integrantes do grupo. A veiculação de ambos também é possível através de plataformas gratuitas e que permitem ampla disseminação do material. As fontes, por sua vez, sempre participam de forma voluntária.

Além disso, também buscaremos, futuramente, parcerias com instituições e projetos que apoiam a causa feminina para contribuir com a expansão de nosso orçamento e a consequente viabilização financeira do projeto.

Ademais, o Centro Universitário FAG se tornou parceiro da primeira edição do livro, possibilitando, por meio de sua editora, a ficha catalográfica e o registro ISBN do livro-reportagem *Sorriso Libertado*.

Observamos, portanto, que o projeto pode ser financeiramente viável. Contudo, trata-se de algo a longo prazo, tendo em vista que precisamos firmar a proposta por meio da produção consistente e permanente de conteúdos e do estabelecimento de vínculos com o público pretendido, para que assim possamos conseguir visibilidade e credibilidade que facilitarão, entre outros aspectos, à abertura de futuras parcerias.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia é uma instituição legitimada que auxilia na ordenação dos significados da sociedade, seja ela de reprodução de estereótipos ou na desconstrução deles. É nesta realidade que nos encontramos e identificamos o nosso próprio papel social, assim como reconhecemos o "outro" ao longo da nossa vida. Quando inserimos a mulher nesse contexto, reconhecemos na mídia convencional uma lógica impulsionadora da cultura do consumo de estereótipos ligados, entre outros, ao ideal de beleza e aos papéis de esposa e mãe que se cristalizam no imaginário social de diferentes épocas.

Hall (2016) diz que “a cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos – o ‘compartilhamento de significados’ – entre os membros de um grupo ou sociedade”. Assim, trabalhar pautas feministas pode ser vista como um reflexo de uma sociedade em transformação, na qual as mulheres passam a ter suas vozes ouvidas por meio de pautas consideradas tabu ou tipicamente silenciadas.

A partir disso, entendemos o projeto *Elas na República*, enquanto uma mídia de caráter alternativo, como um espaço de construção de discursos contra-hegemônicos e de identidades de resistência. Um movimento de expressão feito por mulheres, voltado aos interesses desse mesmo público e também de transformação cultural, sobretudo se considerarmos os avanços obtidos até agora, num modelo social em que ainda impera a dominação masculina.

Mais que páginas que retratam uma história de violência e reconstrução, tanto interna quanto externa de uma mulher vítima de violência pelas mãos de um homem e de omissão por parte do Estado, entregamos, com o livro-reportagem, entrelinhas que resistem a uma cultura opressora e machista. Uma obstinação que encontra no jornalismo um de seus principais pilares.

É por considerarmos que a visibilidade desses temas permite um diálogo mais justo e o reconhecimento do feminismo como um movimento político essencial para uma sociedade mais democrática, que também consideramos positiva e assertiva - através do projeto - a promoção de um movimento de conscientização política sobre a mulher na sociedade por meio da distribuição de conteúdos de cunho crítico e informativo em um espaço digital, considerado acessível a uma fatia expressiva do público feminino e em diferentes faixas etárias.

Percebe-se, portanto, que o projeto retrata, acima de tudo, um processo de transformação. Enquanto reconstruímos o percurso da liberdade de uma mulher até então aprisionada por dores, medos e sofrimentos, também oferecemos asas para nossa formação enquanto futuras jornalistas. Rompemos com a aura convencional da profissão e, mais que o resgate do aporte teórico colecionado desde o início da graduação, exercemos constantemente a disciplina da empatia e seguimos os conceitos teóricos da sensibilidade sem deixar de evidenciar o primor pela informação. Enquanto mulheres, sofremos e choramos juntas com cada relato, escolhemos as melhores palavras e medimos os ângulos da história, mas sem que isso se transformasse em resquícios de sensacionalismo. A palavra-chave que guiou nosso percurso neste projeto foi a verdade, principalmente aquela historicamente silenciada.

REFERÊNCIAS

- ALBINO, J. **Desenvolvimento de uma tipografia serifada display**. Projeto de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Bacharel em Design. Florianópolis. 2022.
- BITAR, M.P.B. **O jornalismo pós-industrial como experiência da Ponte**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**, São Paulo, 2016, p. 1-15. Disponível:
em:<<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0069-1.pdf>>
. Acesso em: 19 set. 2022.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. vol.2. Trad. Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização e revisão técnica: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- KANG, M.; GAO, Y.; WANG, T.; ZHENG, H. **Understanding the determinants of funders' investment intentions on crowdfunding platforms**. Industrial Management & Data Systems, v. 116, n. 8, p. 1800-1819. 2016.
- KAZURE, M. A.; ABDULLAH, A. R. **Crowdfunding as financial option for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Nigeria**. Pertanika Journal of Scholarly Reviews, v. 4, n. 3, p. 89-96, 2018.
- MENEZES, N. C., & FRANKLIN, S. (2008). **Audiolivro: Uma importante contribuição tecnológica para os deficientes visuais**. Ponto de Acesso, 2 (3). Pp. 58-72.
- OLIVEIRA, Priscila Natividade Dias Santos. **Jornalismo Literário: como o livro-reportagem transforma um fato em história**. In: INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXIX, **Anais**, Salvador, 2006, p. 1 - 5.
- PENA, Felipe. **O jornalismo literário como gênero e conceito**. Revista Contracampo, n. 17, p. 43-58, 2007.
- PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, Vozes, 1995.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Levantamento de revistas que versam sobre o público feminino:

Nome e Link	Perfil	Formato	Periodicidade
Revista Cláudia https://claudia.abril.com.br/	Perfil tradicional, que aborda temáticas que contribuem para a construção equivocada da imagem da mulher na sociedade, como dicas de beleza, receitas e amor e sexo, por exemplo “23 cantadas pesadas para você conquistar o crush de vez”, em um estilo retrógrado.	Impresso e digital	Mensal
Revista Marie Claire https://revistamarieclaire.globo.com/	Trata de assuntos reais, inclusive alguns que geralmente são silenciados, como menopausa, maternidade, mulheres negras, liderança feminina, entre outro, por exemplo: “Chimamanda: ícone do feminismo negro fala sobre democracia, violência policial e intolerância”.	Impresso e digital	Mensal
Revista AnaMaria https://anamarial.uol.com.br/	O perfil da revista é mais cotidiano e aborda assuntos da atualidade no digital, através do blog, e na revista impressa possui um perfil mais tradicional, com assuntos como: “Como ajudar seu filho a gostar de ler”.	Impresso e digital	Mensal
Revista TPM https://revistatrip.uol.com.br/tpm	O perfil da revista mostra-se, em comparação com as demais aqui citadas, mais realista, pois aborda temas relevantes sobre o cotidiano da mulher,	Digital	Média semanal

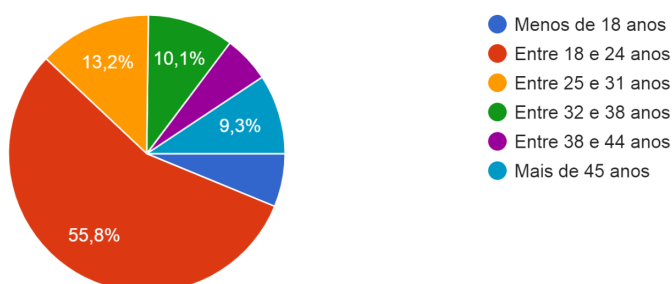
	como: “O Sangue Nosso de Cada Ciclo”.		
Uma Revista https://umarevista.com/L	O perfil da revista segue o modelo realista, abordando assuntos do cotidiano como uma mulher que precisa reconstruir sua carreira, e assuntos inovadores como “Bruna Kajiya: A primeira mulher do mundo a fazer a manobra backside 315 no kitesurf, ocupando, hoje, a vice-liderança em etapa do campeonato mundial”	Digital	Média diária
Revista Máxima https://maxima.uol.com.br/	O perfil da revista é tradicional, em formato de blog, e aborda, com frequência, assuntos de maneira superficial e que reforçam estereótipos sobre a mulher na sociedade, a exemplo de: “Mel Maia usa biquíni cavado e deixa tatuagem íntima à mostra”.	Digital	Notícias diárias

APÊNDICE B - Questionários virtuais aplicados aos públicos feminino e masculino:

Público feminino:

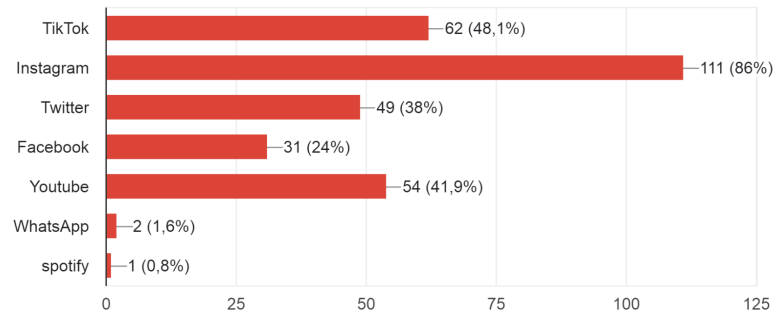
Quantos anos você tem?

129 respostas



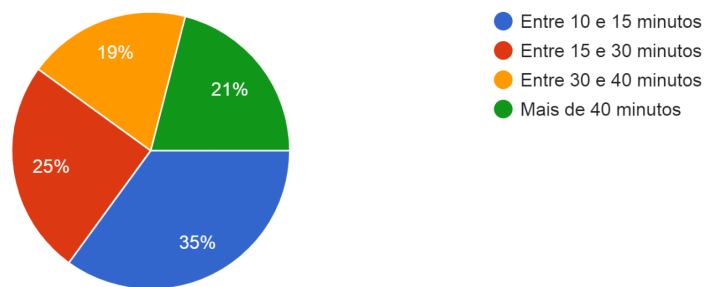
De quais redes sociais você mais consome conteúdo?

129 respostas



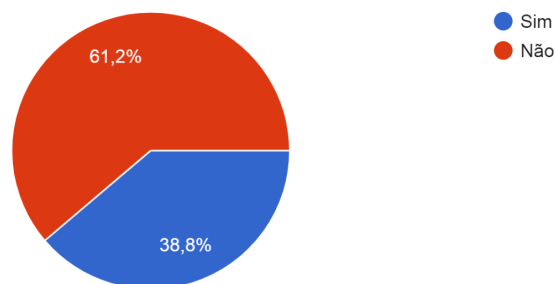
Você tem o costume de escutar Podcasts? Se sim, qual a duração ideal?

100 respostas



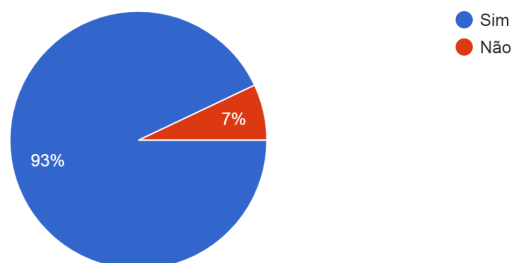
Você está familiarizado com livros-reportagens?

129 respostas



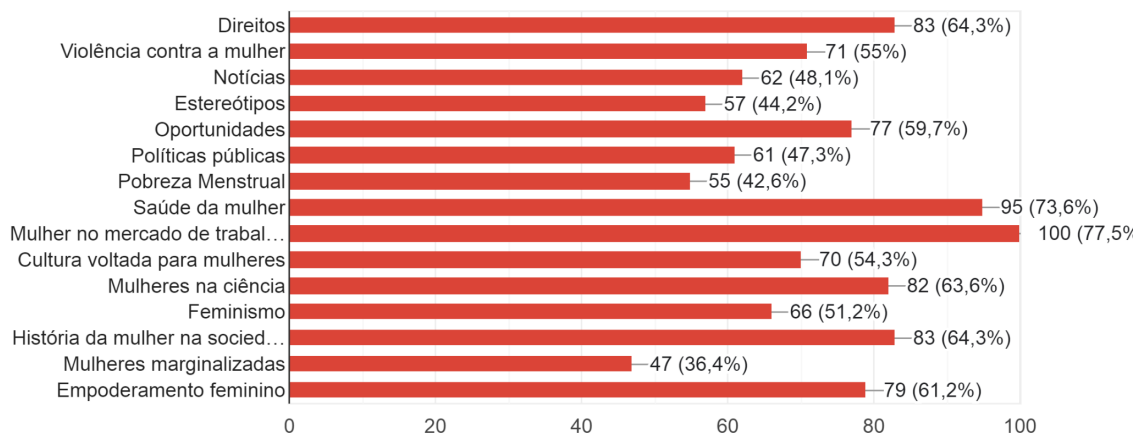
O livro-reportagem é um gênero textual no qual assuntos com grande relevância são descritos jornalisticamente em formato de livros, com narrati...ela mídia tradicional) despertaria seu interesse?

128 respostas



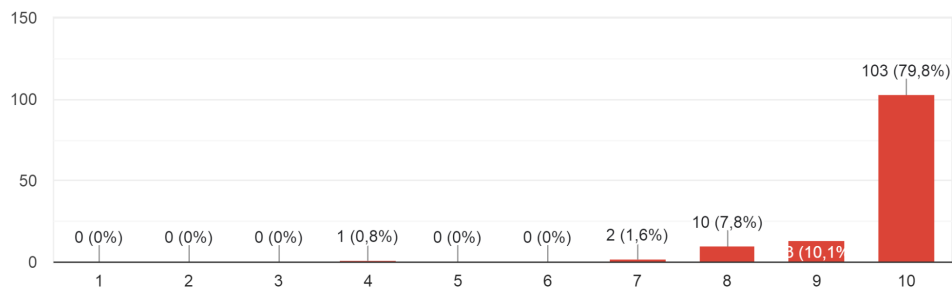
Que assuntos referentes à vida da mulher na sociedade você teria interesse em acompanhar nas redes sociais? Selecione quantas opções desejar.

129 respostas



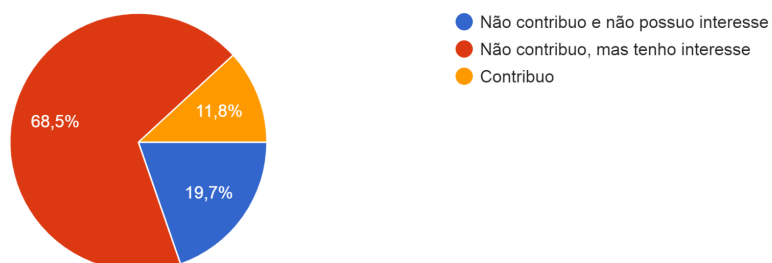
Que nível de importância você daria para os temas selecionados acima?

129 respostas



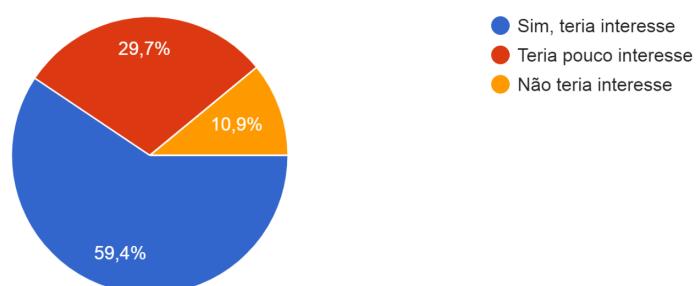
Você tem o hábito ou interesse de colaborar financeiramente com projetos independentes que produzem/abordam conteúdos de relevância social?

127 respostas



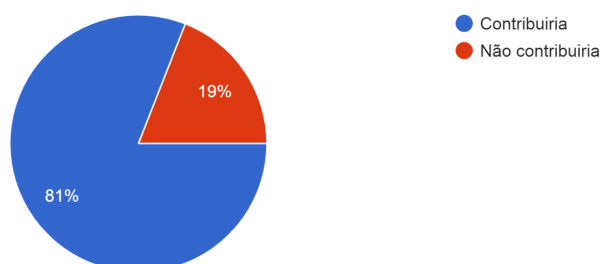
Você teria interesse em adquirir um kit de colecionador, contendo uma edição especial de um livro-reportagem e brindes referentes à história do livro?

128 respostas



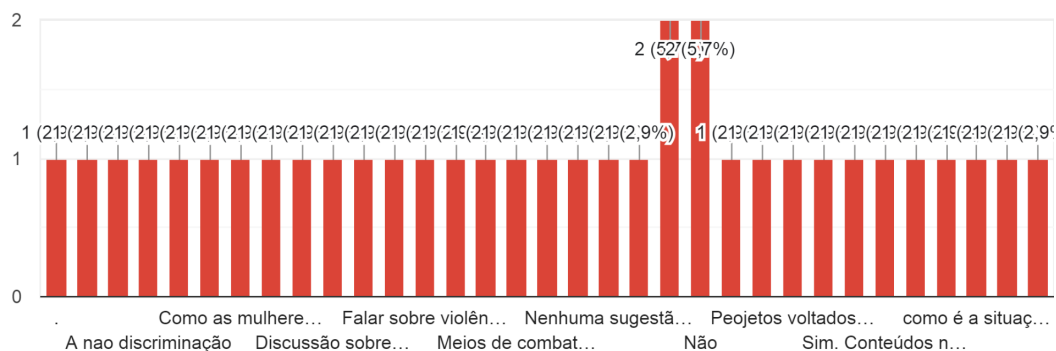
Você contribuiria financeiramente com um projeto que, além de abordar pautas com relevância social, utiliza as verbas levantadas para contribuir com projetos voltados para mulheres?

126 respostas



Você teria alguma sugestão de conteúdo para o projeto Elas Na República?

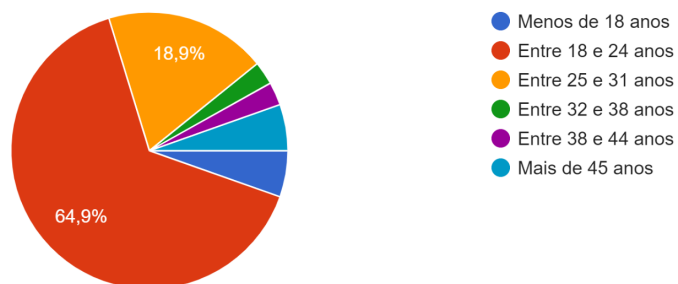
35 respostas



Público masculino:

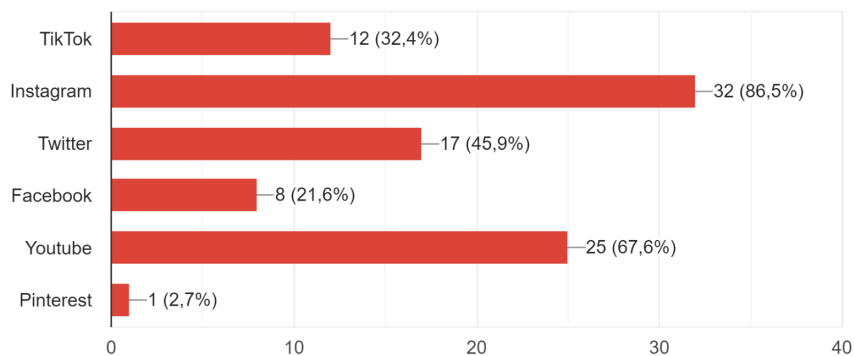
Quantos anos você tem?

37 respostas



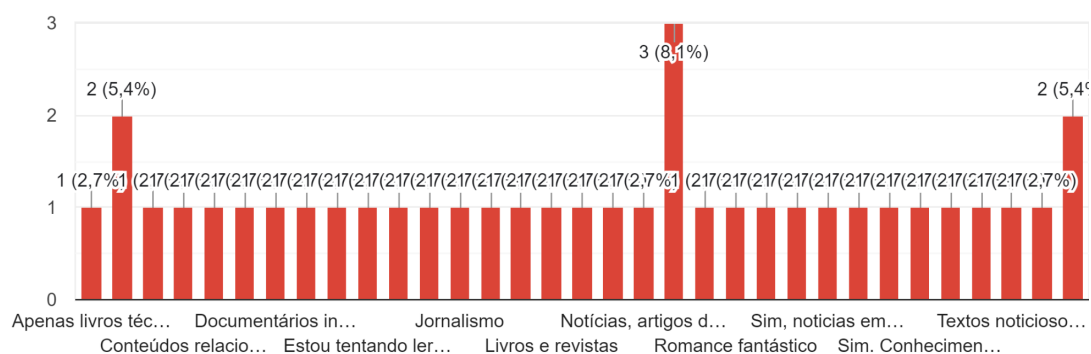
De quais redes sociais você mais consome conteúdo?

37 respostas



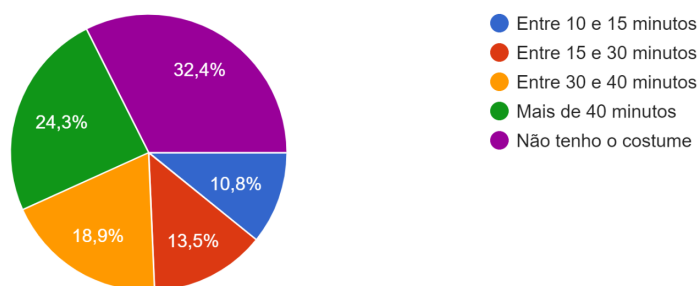
Você tem hábitos de leitura? Se sim, que tipo de conteúdos gosta de ler?

37 respostas



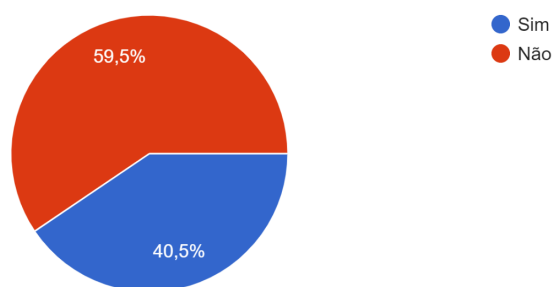
Você tem o costume de escutar Podcasts? Se sim, qual a duração ideal?

37 respostas



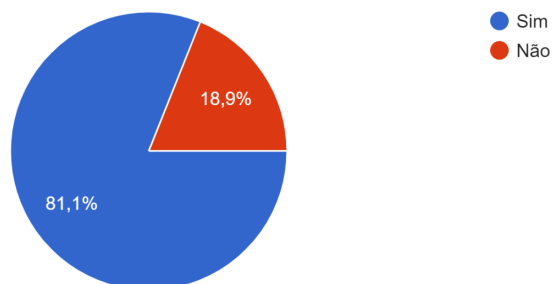
Você está familiarizado com livros-reportagens?

37 respostas



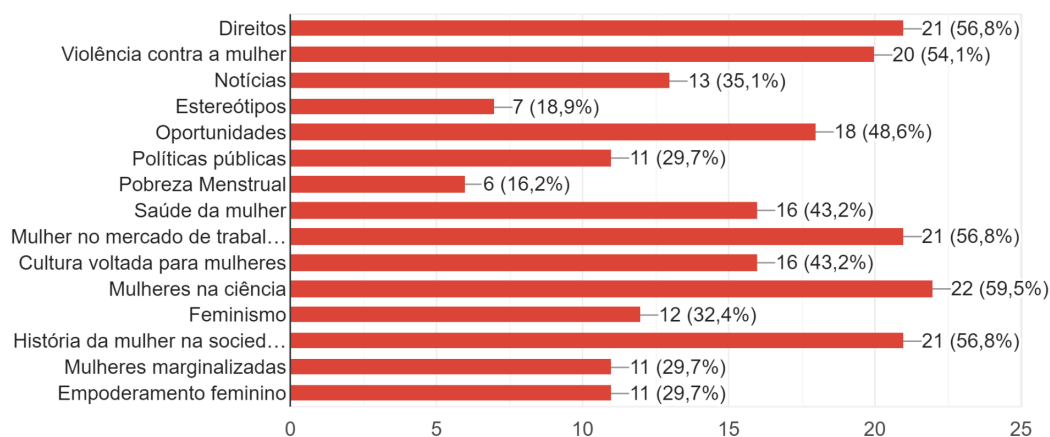
O livro-reportagem é um gênero textual no qual assuntos com grande relevância são descritos jornalisticamente em formato de livros, com narrati...ela mídia tradicional) despertaria seu interesse?

37 respostas



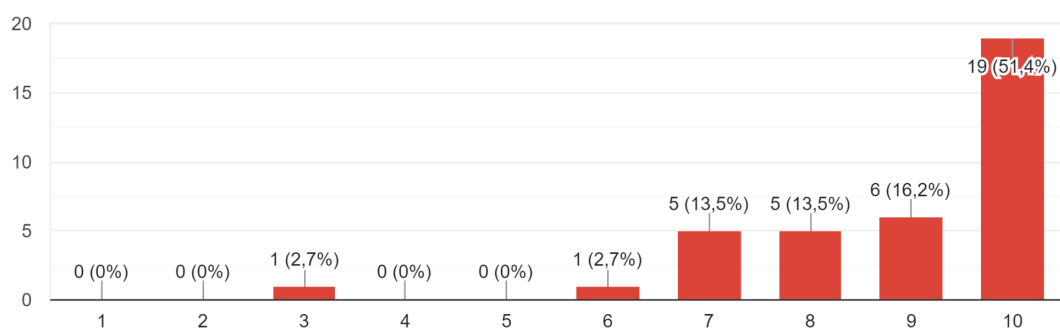
Que assuntos referentes à vida da mulher na sociedade você teria interesse em acompanhar nas redes sociais? Selecione quantas opções desejar.

37 respostas



Que nível de importância você daria para os temas selecionados acima?

37 respostas



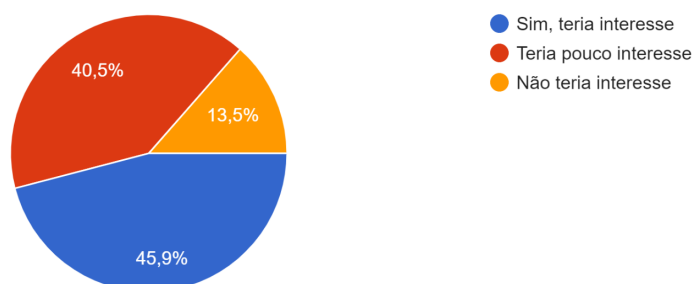
Você tem o hábito ou interesse de colaborar financeiramente com projetos independentes que produzem/abordam conteúdos de relevância social?

37 respostas



Você teria interesse em adquirir um kit de colecionador, contendo uma edição especial de um livro-reportagem e brindes referentes à história do livro?

37 respostas



Você contribuiria financeiramente com um projeto que, além de abordar pautas com relevância social, utiliza as verbas levantadas para contribuir com projetos voltados para mulheres?

37 respostas

