Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432

TRANSGENERIDADE ESTAMPA AS CAPAS DAS REVISTAS ELLE E VOGUE

TRANSGENERITY STAMPS THE COVERS OF ELLE AND VOGUE MAGAZINES

Franciane Staviski - Centro Universitário Sociesc de Blumenau - sahnnastaviski@gmail.com

Gisele Baumgarten Rosumek - Centro Universitário Sociesc de Blumenau - gisele.baumgarten@gmail.com

Marta Brod - Centro Universitário Sociesc de Blumenau - martabrod@gmail.com

Resumo:
A capa de uma revista é considerada o fator chave na decisão de compra do consumidor. Visando isto, duas edições das revistas Elle e Vogue estamparam a mesma modelo transgênero com propostas totalmente diferentes. O objetivo deste artigo é analisar questões editoriais que levaram essas empresas a decidir de modos tão diferentes ao expor suas capas com a mesma modelo transgênero Valentine Sampaio. Para analisar esses aspectos foi utilizado como campo teórico aspectos gráficos e aspectos editoriais tendo em vista a pesquisa qualitativa e exploratória para este trabalho.

Palavras-chave: Jornalismo de revista. Design de capas de revista. Transgênero.

Abstract:
The cover of a magazine is considered the key factor in the consumer's purchase decision. Aiming this, two editions of the magazines Elle and Vogue printed the same transgender model with totally different proposals. The purpose of the study in this article is to analyze editorial issues that led these companies to decide in such different ways when exposing their covers with the same transgender model Valentine Sampaio. To analyze these aspects, graphic and editorial aspects were used as a theoretical field in view of the qualitative and exploratory research for this work.

Keywords: Magazine journalism. Magazine cover design. Transgender.

1. INTRODUÇÃO

É comum na atualidade ouvir falar no termo transgênero, porém esse significado ainda não é claro para muitas pessoas, mas referem-se ao que é conhecido como identidade

ou expressão de gênero, ou seja, à maneira como uma pessoa identifica-se. A proposta deste artigo surgiu na descoberta da capas de revista Elle e Vogue onde a modelo transgênero Valentine Sampaio que pertence a comunidade LGBTQIAP+ aparece em propostas diferentes.

A curiosidade principal que surgiu a partir disto foi descobrir porque uma revista optou por estampar a modelo de forma natural sem evidenciar o gênero e a outra transparecer a condição da modelo pertencer a essa comunidade. Para buscar possíveis respostas foram estudados conceitos como; aspectos editoriais e gráficos que influenciam na composição de capas de revistas, além de trazer um estudo relacionado ao termo transgênero e sua definição.

Para complementar, em vista da dificuldade de obter respostas das marcas Elle e Vogue, foi realizada uma entrevista com uma editora de revista regional para ajudar a obter algumas respostas.

Nesse sentido, o presente estudo possui sua contribuição com o objetivo de: avaliar as relações entre projeto gráfico e editorial presentes nas capas das revistas Vogue e Elle.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 JORNALISMO DE REVISTA: SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DESTA MÍDIA

Para a autora Scalzo (2003, p.11) ‘’Uma revista é um veículo de comunicação é um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento’’. Pena (2005) considera as *Gazzetas Venezianas* do século XVI como as primeiras publicações periódicas. Como herdeiras dessas o autor menciona que as primeiras publicações jornalísticas propriamente teriam surgido no século seguinte, na região da Alemanha, Holanda e Inglaterra.

A primeira revista a surgir no mundo, de acordo com Scalzo (2003) foi em 1663 na Alemanha e seu nome era Edificantes Discussões Mensais, sobre teologia. No Brasil, as primeiras revistas a serem publicadas fora as As variedades (BA) – sobre literatura, em forma de livro; 1813: O Patriota (RJ); 1817: O Propagador das Ciências (RJ) – primeira segmentada; 1849: A Marmota da Corte (RJ) – introduziu humor e textos curtos; 1898: Rio Nu (RJ) – contos picantes, fotos eróticas e política; 1900: Revista da Semana – com

reconstituição de crimes através de fotos; 1905: Tico-Tico – primeira em quadrinhos; 1928: O Cruzeiro – dos Diários Associados, trazia grandes reportagens fotográficas, ilustrações e chegou a vender 700 mil exemplares por semana nos anos 50, quebrou em 1978; 1929: Revista do Globo (RS).

Costuma-se dizer que a revista é mais profunda que o jornal e menos profunda que o livro, porque conhece seu leitor. Scalzo (2003) diz que a relação revista x leitor é passional. Por isso, para esta autora, as pessoas têm um tipo de revista para a sala, outra para o banheiro, para o quarto. As revistas ditam também o comportamento, influenciam diretamente na vida das pessoas, transformam pensamentos, atitudes, além de passar as informações de maneira mais profunda.

Para Scalzo (2003), as revistas normalmente são segmentadas, direcionadas para públicos específicos, a autora explica que pelo fato de uma revista levar mais tempo para ser produzida, ela informa a mesma notícia que foi dada em outras mídias de notícias, porém de forma detalhada, mais trabalhada, no caso de um portal de notícias, pode não estar bem editado, devido a correria para dar informação na frente dos outros veículos. Ao contrário da revista que, segundo Scalzo (2003), a produção do jornalismo para esse tipo de veículo de comunicação é reconhecida pela apuração.

Ali (2009) menciona um estudo feito pelo The New York Times Magazine Group que mostra que o consumidor leva em média cinco segundos para escolher uma revista e a capa é o principal fator para que isso ocorra. Nela precisa conter a identidade do público e um breve resumo do seu conteúdo, para então fazer o consumidor despertar interesse e comprá-la.

Portanto, as revistas podem até mesmo definir a personalidade de uma pessoa. A forma que é diagramada, as pautas que são selecionadas, as imagens, os infográficos e a capa são todos os elementos que formam uma revista e, se feitos de maneira correta, conseguem atingir um objetivo específico. Esta relação entre o projeto editorial e o projeto gráfico da revista, bem como a importância das capas nas revistas, serão discutidas nos próximos tópicos.

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
unisociesc

2.2 RELAÇÕES ENTRE O PROJETO GRÁFICO E O PROJETO EDITORIAL

Para Gruszynski (2003) projeto gráfico é todo o planejamento no que se diz respeito à linguagem visual de um produto, todo o trabalho que envolve a decisão de fontes, cores e imagens fazem parte desta etapa. Esse processo é produzido por um briefing, que utiliza critérios objetivos e funcionais, contribuindo para a credibilidade da informação transmitida. O briefing, neste caso, está associado ao projeto editorial, tratando nesse sentido o objeto de estudo, como por exemplo o assunto e pautas que serão descritos no conteúdo de revistas, jornais ou livros. Desta forma, segundo Peruyera (2018), o projeto gráfico faz parte de um todo mais amplo que é o projeto editorial.

Peruyera (2018) ainda menciona que conhecer o público para quem irá produzir, como uma das questões relativas ao projeto editorial, determina inúmeras outras questões relativas ao projeto gráfico. Um exemplo disso é a escolha do papel que influencia na escolha da tipografia, o conteúdo influencia no formato da diagramação entre outras relações. Como reforça o autor, “ambos os projetos precisam andar juntos” (PERUYERA, 2018, p.26). Outras questões como imagem, texto e hierarquia podem ser analisados no próximo tópico.

2.3 DESIGN DAS CAPAS DE REVISTA: IMAGEM, TEXTO, HIERARQUIA

A representação de uma capa de revista é uma questão muito decisiva pois as propostas editoriais ali são de extrema importância, isso decide na maioria das vezes se o consumidor vai levar a revista, além de definir a personalidade de um público. Para Ali (2009) a capa reflete a identidade e o conteúdo da publicação, sua função é atrair o leitor e levá-lo a ter interesse de comprar o exemplar.

Os principais elementos que estruturam uma capa de revista são os textos e as imagens. O conjunto combinado de textos e imagens que formam a capa é chamado de layout.

Neste sentido, o primeiro elemento presente nas capas é o logotipo ou lettering com o nome da revista. Para Ali (2009) o logotipo da revista precisa ser legível e descritível, pois funciona como uma forma de selo de identificação de uma marca. Segundo a autora, ele normalmente fica localizado em revistas ao lado esquerdo e/ou superior e deve conter cores

fortes para serem visualizadas mesmo de longe.

Outro elemento importante são os textos que compõem as manchetes e outras informações verbais da capa. O campo que estuda os estilos e tipos de letras a serem usados chama-se tipografia. Mas, para Gruszynski e Chassot (2006, p.37), “a função da tipografia é mais que transmitir mensagem em linguagem verbal escrita”. Para as autoras, a tipografia “assegura expressividade e ênfase aos textos, o que pode ser comparado a elementos das linguagens oral e gestual como entonações, variações de ritmo, expressões fisionômicas, movimentos corporais, posturas” (GRUSZYNSKI E CHASSOT, 2006, p.37). Outras funções da tipografia também seriam “conduzir o leitor à leitura, estimular sua percepção da estrutura subjacente ao texto, facilitar a compreensão da informação e aprofundar seu entendimento”. (NIEMEYER, 2000 apud GRUSZYNSKI E CHASSOT, 2006, p.37).

Por fim, é hora de falar das imagens que compõem uma capa. Marshall e Meachem (2010) mencionam que as imagens descrevem a ideia do que quer ser falado, elas oferecem um ponto de vista que ajuda envolver o público que irá consumir aquele produto. É popular ouvir falar ‘’uma imagem vale mais que mil palavras” isso porque elas funcionam como forma de explicar resumidamente a matéria ou a reportagem descrita no portal de notícia (SAMARA, 2011).

Os principais tipos de imagens usados em revistas, segundo Ali (2009), são fotografias e ilustrações. Para esta autora, algumas revistas variam suas capas utilizando fotografia e em outros momentos ilustrações, dessa maneira ela é desenvolvida para expressar o mesmo significado que as imagens e podem ser consumidas quando não é possível usar uma imagem por conta de uma restrição ou situação perigosa. As ilustrações, além de decorar uma página, chamam a atenção do leitor para ler o material, além de oferecer variedades na hora de produzir uma revista. Vale lembrar que ela não deve ser apenas de qualidade visual, mas também informativa e clara.

As ilustrações, segundo Ali (2009) podem ser caricaturas, gráficos, infográficos ou até o texto quando feito de forma decorativa. Desta forma: (a) Caricatura: Transmite de maneira satírica e irreverente ainda é muito utilizada para retratar políticos com um toque de humor; (b) Gráficos: Manifestam opinião, um resultado de uma pesquisa, normalmente relatam coisas que precisam ser ditas; (c) Infográficos: Ajudam o leitor a receber uma

mensagem rapidamente, o infográfico mostra dados estatísticos complexos e podem ser explicados por meio de diagramas, quadros e tabelas; (d) Por fim, a tipografia como ilustração é uma maneira de manipular a tipografia de um jeito moderno e interativo, as revistas modernas utilizam bastante dessa técnica para destacar suas matérias.

A utilização de imagens em uma revista pode ser principalmente com dois sentidos: (a) o real, também chamado de literal ou figurativo; e (b) o abstrato ou metafórico. Samara (2011) descreve que o sentido que uma imagem pode expressar é muito cauteloso , pois essa imagem oferece interpretação, quanto mais objetiva e representacional ela for melhor, pois chegará mais perto de passar aquilo que realmente quer ser dito. Por outro lado quanto mais abstrato for uma imagem, mais subjetiva ela será, pois o leitor pode obter várias interpretações. Um exemplo que podemos conferir nesses sentidos são estes a seguir (Figura 1).

Figura 1 - sentidos (A) real ou literal; e (B) metafórico.

(A) (B)

Fonte: Google Imagens (2020).

Sobre os exemplos da figura 1, Marshall e Meachem (2010) descrevem que as imagens contêm o mesmo elemento, uma maçã, porém na primeira imagem ela representa a ideia de saúde, juventude e no exemplo ao lado ela parece brincar com a associação entre maçã e tentação.

Estes textos e imagens estão dispostos de acordo com uma estrutura que ajuda o leitor

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
unisociesc

a perceber o que é mais importante. Esta estrutura é chamada de hierarquia. Por fim, em termos de comunicação visual, seus elementos básicos são o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento (DONDIS, 1997).

Crepaldi (2006, apud RAPOSO E OBREGON, 2015) menciona que as cores são muito importantes na vida das pessoas, pois elas proporcionam sensações, além de estimular reações corporais e psicológicas. Para Raposo e Obregon (2015) as cores também contribuem para elevar o interesse visual de um produto por fazerem chamar a atenção do leitor. Ainda segundo estes autores, as cores são essenciais em nosso dia a dia, elas podem ser quentes ou frias, quando fazemos essa suposição damos sensação de temperatura. As cores quentes como vermelho, laranja e amarelo são vistas como estimulantes ou calorosas, enquanto que cores frias como azul,verde e rosa bebê trazem impressão de tranquilidade.

Para resumir ao que se trata de projeto gráfico com equilíbrio e harmonia, apresentam-se a seguir (Figura 2) imagens de capa de revistas que exemplificam tudo o que foi explicado anteriormente.

Figura 2 - (A) capa equilibrada e harmônica; (B) capa em desarmonia.

(A)

(B)

Fonte: Google Imagens (2020).

Gruszynski e Chassot (2006) realizaram um estudo sobre o projeto gráfico da revista Capricho e notaram que as ilustrações, assim como as fotografias recortadas e as cores fortes,

são marcantes no estilo gráfico da revista Capricho. Ainda assim nota-se, na Figura 2A, que as cores combinam entre si, tendo diferentes tons de azul no fundo, nos textos das manchetes e na roupa do modelo fotografado.

Por outro lado, a Figura 2B está confusa, há muita informação e muitos elementos sem organização ou hierarquia. Não há uma foto principal que distingue do que se trata a revista, as imagens não têm relações entre si. Os elementos estão todos misturados utilizando de várias fontes que também não se adequam. Resumindo, os elementos citados neste exemplo formam um conjunto com falta de harmonia e equilíbrio.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto à modalidade, esta pesquisa se caracteriza como Qualitativa e Exploratória. A pesquisa qualitativa é aquela que se preocupa com a compreensão de uma comunidade, os pesquisadores que optam por esse tipo de pesquisa se preocupam em explicar o porquê das coisas. Na pesquisa qualitativa, o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objeto de suas pesquisas e o objetivo é de produzir informações aprofundadas (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Já a pesquisa exploratória tem como objetivo o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições, explicitar o problema e construir hipóteses, segundo Gerhardt e Silveira (2009), podendo envolver levantamento bibliográfico, entrevistas e análise de exemplos.

Sobre os procedimentos e técnicas de pesquisa, primeiro foram selecionadas, como objeto de pesquisa, duas capas de revista que apresentavam a mesma modelo na capa:

a) Vogue, edição número 975, publicada em março de 2017 na França.
b) Elle, edição publicada em Novembro de 2016, no Brasil.

A modelo presente nas duas capas selecionadas é uma pessoa transgênera e, portanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em artigos sobre o tema transgênero. Em seguida, as duas capas de revista selecionadas foram analisadas visualmente, a partir dos conceitos de projeto gráfico e linguagem visual, considerando suas cores, o tipo e estilo de imagem usado,

a tipografia das manchetes e a hierarquia dos elementos.

Por fim, para triangulação dos dados, foi realizada uma entrevista pessoal, baseada por um roteiro de perguntas semi-estruturado, com uma profissional que atua como editora da revista na DNA Editora, no dia 23 de novembro de 2020. A entrevista teve como proposta reunir informações necessárias através de uma conversação face a face realizada através de maneira metódica que pode ser padronizada ou estruturada, despadronizada ou não estruturada (MARCONI; LAKATOS, 2009).

Os dados coletados foram analisados pelo seu conteúdo e triangulados, sendo os resultados apresentados no capítulo 4 a seguir.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 TRANSGÊNERO

Louro (2008) menciona a escritora francesa Simone de Beuvoir em seu livro O Segundo Sexo, a qual disse que ninguém nasce mulher: torna-se. Essa afirmação é usada ainda nos dias de hoje para discutir e dialogar o que é o “ser mulher” e que essa construção ela é social. Louro (2008) comenta que a frase da autora francesa também se deu no campo masculino. O ser homem ou ser mulher constituem-se em processos que acontecem no âmbito da cultura. “A construção do gênero e da sexualidade dá-se ao longo de toda a vida, continuamente, infindavelmente” (LOURO, 2008, p.18).

As discussões no campo teórico e intelectual sobre esse assunto costumam ter uma mesma conclusão: não é quando uma pessoa nasce ou é nomeada de “menino” ou “menina” que torna este sujeito masculino ou feminino. Para Scott (1990) o gênero está relacionado a dois aspectos interconectados, “o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas na diferença percebida entre os sexos e é uma forma primária de dar significado às relações de poder” (SCOTT, 1990, p. 86).

O Transgênero é um termo abrangente para pessoas cuja identidade de gênero, expressão de gênero ou o comportamento, não está de acordo com o sexo que lhe foram

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
unisociesc

impostos culturalmente. Já a transexual , de acordo com Bento (2012) é uma subversão, um desenrolar de uma ordem imposta do gênero que compreende os gêneros no corpo.

> A experiência transexual destaca os gestos que dão visibilidade e estabilidade aos gêneros e estabelece negociações interpretadas na prática, sobre o masculino e o feminino. Ao mesmo tempo quebra a casualidade entre sexo/gênero/desejo e desnuda os limites de um sistema binário assentado no corpo-sexuado (o corpo-homem e o corpo-mulher) (BENTO, 2012, p.21).

A modelo trans Valentina Sampaio, que estampa as capas das revistas analisadas neste artigo, nascida em Aquiraz, no Ceará, é a primeira transexual do mundo a ser porta-voz da L'Oréal Paris, estrelando uma campanha ao lado das globais. A modelo relatou em entrevista ao portal RL Comunicações (2016) "que se assumiu como mulher aos 8 anos e contou com o apoio da família desde o início; bem resolvida com si mesma, lembra que não enfrentou problemas de aceitação na escola. "Se eu dizia que era uma menina, como poderia não ser? Passava despercebida e ao mesmo tempo era muito popular. Até porque crianças não nascem com preconceito. Isso vem dos adultos", afirma a modelo.

4.2 ASPECTOS DO PROJETO GRÁFICO: ANÁLISE DA CAPA DA REVISTA ELLE

A Elle é uma revista mundial de estilo de vida direcionada ao público feminino, de origem francesa, focada em moda, beleza, saúde e entretenimento, foi fundada em Paris no ano de 1945, por Pierre Lazareff e sua esposa Hélène Gordon-Lazareff. Em 1985 foi lançada a primeira edição internacional da revista publicada nos EUA pela Hearst Corporation. Três anos mais tarde em 1988 a revista teve seu lançamento no Brasil, publicada pela Editora Abril e hoje a revista tem suas edições espalhadas em 60 países no total. No Brasil, o título deixou de pertencer ao grupo Abril em 2018.

Na edição do mês de novembro de 2016 (figura 3), a revista estampou a modelo Valentina Sampaio numa proposta fashion e inovadora trazendo naturalidade a beleza da modelo, uma vez que o leitor não percebe que se trata de uma capa com uma pessoa trans.

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
UNISOCIESC

Figura 3 - Capa da revista Elle com a modelo Valentina Sampaio

Fonte: The Fashion Spot (2016)

Valentina Sampaio aparece com trajes semelhantes aos de praia, um maiô ou body e uma blusa leve ou saída de praia. Os tons da roupa da modelo são de cores frias predominante o azul, com tons de azul escuro nas roupas, contrastadas com detalhes em branco, em superposição ao azul mais claro do céu e do mar ao fundo. Num aspecto geral, toda fotografia da capa está em cores harmônicas e análogas, ou seja, combinando com suavidade. O fundo está desfocado, reforçando essa suavidade e leveza.

A imagem dessa capa se refere a praia e a edição trata a beleza da modelo com equilíbrio e elegância. Valentine está com os cabelos ao vento, uma maquiagem leve que proporciona sensação de plenitude. A pele da modelo e a maquiagem em tons terrosos trazem o componente de cores quentes para a composição, destacando a imagem da modelo em meio às cores frias de fundo. Como Raposo e Obregon (2015) afirmam, as cores contribuem para elevar o interesse visual de um produto, ou, nesse caso, de uma capa.

A fotografia faz relação direta com o tema da manchete principal da capa, que diz “Verão Livre”. É no logotipo da revista e nas manchetes que se usa um contraponto de cor vermelha, uma cor quente e forte, que atrai a atenção e o olhar para estas informações importantes. Nota-se que a revista seguiu o que é recomendado por Ali (2009), em o logotipo da revista na capa deve conter cores fortes para serem visualizadas mesmo de longe.

As tipografia utilizada nessa capa é sem serifas e toda em letras maiúsculas, que tem expressividade e ajuda a transmitir a mensagem que a revista quer passar de moda, verão e tendências, desta forma, como mencionaram Gruszynski e Chassot (2006), a letra escolhida dá ênfase aos textos e ajuda a conduzir o leitor à leitura.

Por fim, constata-se que tudo que se vê nesse projeto editorial é padrão e poderia ser seguido em qualquer outra capa e não ressalta em nenhum momento a diferença de gênero da modelo, resultando no mesmo tratamento estético-visual que seria adotado com capas com outras modelos.

4.3 ASPECTOS DO PROJETO GRÁFICO: ANÁLISE DA CAPA DA REVISTA VOGUE

A Revista Vogue foi lançada em 1892 na cidade de Nova York, idealizada por Arthur Baldwin Turnure e Harry McVickar. Iniciou como um pequeno folhetim de moda, com aproximadamente 30 páginas, destinado às mulheres da alta sociedade nova-iorquina no final do século XIX. Mas a sua história começou a ganhar força em 1909, quando foi adquirida pelo grupo Condé Nast Publications, que de um modo visionário, tornou a revista o ponto de partida de um império editorial internacional. No Brasil a primeira edição da revista foi no ano de 1975 estrelada pela socialite Betsy Salles.

Referenciada como a “bíblia da moda” a Vogue trouxe para sua capa em março de 2017 (figura 4), a modelo transgênero Valentine Sampaio, numa proposta chamativa de evidenciar uma capa com uma pessoa trans.

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
unisociesc

Figura 4 - Capa da revista Vogue com a modelo Valentina Sampaio

Fonte: El País (2017)

Começando pela imagem onde Valentine aparece com as sobrancelhas no estilo "bagunçadinho" totalmente atemporal, a maquiagem marcante, principalmente na área dos olhos, em tons de preto, chamam a atenção para o olhar da modelo. Em seguida, sua boca é desenhada com batom vermelho, formando um visual diferenciado e sensual. A composição de brincos extravagantes, cabelo volumoso e a roupa de brilho caminham junto para chamar a atenção do leitor para um olhar criterioso.

Nesse caso as cores decididas pela edição predominam do roxo e nos passa a sensação de mistério. Mesmo sendo o roxo uma cor fria, há uma transição em degradé da cor roxa de fundo para os tons laranja-avermelhados da luz que vem da frente, aquecendo todo o conjunto e reforçando a sensualidade e o mistério.

A imagem da capa é acompanhada pelo título 'La beauté Transgender: Comment elles bouleversement le monde', 'A beleza transgênero: como estão revolucionando o mundo', em português.

A tipografia com serifas e em itálico transmite uma sensação de novidade e elegância,

como mencionam Gruszynski e Chassot (2006) a tipografia dá mais expressividade ao texto, e mais uma vez todo o planejamento editorial foi pensando para deixar evidente logo na primeira vez que essa capa estampa uma proposta diferente do usual.

Por fim, constata-se que, ao contrário do que foi analisado na edição da revista Elle, nessa produção editorial, o planejamento foi elaborado para retratar e destacar a modelo trans.

4.4 ASPECTOS DO PROJETO EDITORIAL: ENTREVISTA COM EDITORA DE REVISTA

Foi perguntado a editora Ana Paula Lauth, da Revista DNA Editora, como funciona exatamente o processo de direcionamento de capa de uma edição, se como editora ela influenciava na escolha da imagem e das manchetes. Ela respondeu que a capa é o mais importante em uma revista, pois funciona como um chamariz para o leitor se interessar pelo conteúdo que ali está. Para ela, uma capa ruim pode não despertar o interesse e boas reportagens ali dentro podem se perder e não obter sua leitura. Outra questão importante é que normalmente a capa é decidida a partir das matérias mais marcantes da revista, ela deve ser atraente mesmo de longe. a entrevistada diz que tudo isso é decidido e organizado por um briefing e o editor tem como papel escolher a melhor imagem seja ela produzida por um fotógrafo ou banco de imagem. A editora ainda ressalta que manchetes também são responsabilidade do editor e na opinião dela deve ser um texto curto e impactante.

Em seguida foi mostrado as edições da revista Vogue e Elle onde a mesma modelo transgênero aparece em suas capas com propostas totalmente diferentes. Foi questionado à editora sobre a opinião dela, qual seria a percepção em relação às decisões editoriais das revistas que levaram a estas escolhas e quais foram as intenções ou motivos dos editores. Ela respondeu que acredita que a Vogue está levantando uma causa social e valorizando a beleza transgênero, de certa forma tem intenção de diminuir o preconceito fazendo esse manifesto político. Por outro lado, a revista Elle tem uma capa voltada para o fashion, a modelo representa a ideia de “Verão Livre” uma vez que mostra roupas mais leves. Apesar disso, na percepção da entrevistada, utilizar uma modelo trans na capa sem discutir o assunto de forma direta também é um manifesto e valoriza de forma natural sua beleza.

Revista de Extensão e Iniciação Científica da UNISOCIESC
REIS ISSN 2358-4432
Compartilhar conhecimento é conhecer o mundo.
unisociesc

Por fim, perguntamos se ela acredita que a Vogue, ao elaborar a capa evidenciando a modelo trans, teria uma relação maior com o campo editorial ou comercial. A resposta da editora é que possivelmente uniu a questão comercial com o editorial, que seguem sempre acompanhando o posicionamento de seus respectivos públicos. Porém ela ressalta que nos últimos anos tem sido cobrado das empresas posicionamento e essas empresas são as que estão liderando o mercado, pois possuem publicidade gratuita feita pelos usuários que vão expor o material/produto/serviço nas redes sociais valorizando as causas que estes usuários também estampam.

4.5 COMPARAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Como descrito no estudo realizado no item 2, Ali (2009) menciona que a capa de uma revista é o aspecto principal para decidir se o consumidor irá levar o produto. Isso tem relação direta com os dados relatados no item 4.4 onde a editora da Revista DNA Editora diz que essa decisão é extremamente importante, pois a capa precisa expressar personalidade e os conteúdos existentes, se a capa não estiver atrativa todo esse material pode não ser visualizado ou lido.

Depois de analisar as duas capas percebeu-se o sentido literal e o metafórico. Na revista Elle a modelo está representando uma capa fashion em uma proposta de “verão livre” a modelo está ali, simplesmente como uma modelo de moda, por isso nesse contexto a imagem é objetiva e representacional, a interpretação é instantânea se aproximando do sentido literal.

No exemplo da Revista Vogue, a editora entrevistada mencionou em entrevista que a marca está levantando uma bandeira, fazendo um manifesto político, nesse caso a modelo foi tratada também como uma personagem ao ser vista de maneira sensual valorizando a beleza transgênero. Portanto, esse sentido se aproxima mais do metafórico, porque ela traz sentidos a mais, é subjetiva e leva o leitor a ter mais interpretações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema abordado é importante ser discutido porque além de analisar aspectos editoriais de grandes empresas, trata também de uma questão de gênero e a sua representação diante da sociedade. O objeto de estudo neste artigo ressalta questões de decisões editoriais, tendo como curiosidade principal o porquê de capas de revistas estamparam a mesma modelo transgênero com intenções tão diferentes.

Com base nisso foi realizado um estudo das duas capas onde percebeu-se que tudo que está ali no produto final tem extrema importância quando visto no cenário comercial, se aquelas decisões foram bem planejadas irão fazer qualquer indivíduo que circula por uma banca como por exemplo se interessar pela imagem principal, ler a manchete e levar a revista para casa. Percebeu-se, também, que o projeto gráfico precisa estar alinhado com o projeto editorial para o consumidor entender do que exatamente se trata as matérias.

É interessante descobrir estes elementos, porém estudar a fundo questões como imagem, tipografia e até mesmo as cores que podem atrair pessoas e ainda transmitir sensações, é de extrema relevância. Vale lembrar que foi optado por duas capas específicas para realizar a analisar, elas estavam entre as primeiras capas de revistas femininas com modelo trans, porém a Vogue e a Elle estamparam essa mesma modelo outras vezes em suas edições em 2017, 2018 e 2019.

Levantando em conta que houveram notícias publicadas a respeito de todas essas capas, estas notícias também poderiam ser analisadas, como sugestão para próximos estudos, além de tentar contatar os editores das próprias revistas, juntamente de uma opinião da comunidade trans e como eles percebem suas representações nessas revistas.

REFERÊNCIAS

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Cia Editoral Nacional, 2009.

BENTO, Berenice. **O que é transexualidade**. São Paulo: Brasiliense, 2012

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
GERHARDT, Tatiana Engel. SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto

Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. CHASSOT, Sophia Seibel. O Projeto Gráfico de Revistas: uma análise dos dez anos da revista Capricho. **Conexão Comunicação e Cultura**, v. 5, n. 10, jul./dez. 2006

LEITE, Vivian. **Valentina Sampaio é a capa da edição de novembro de Elle**. Disponível em RL Comunicações: Disponível em: http://rlcpress.com.br/rlcnew/?p=392. Acesso em: 29 nov. 2020.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva**

pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 2008.
_____.(Org.). **O corpo educado:** pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARSHALL, Lindsay. MEACHEM, Lester. **Como usar imagens**. São Paulo: Edições Rosari, 2010.
PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PERUYERA, Matias. **Diagramação e Layout**. Curitiba: Intersaberes, 2018.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

STREY, M. N.. **Ser sujeito ou ser outro?** Algumas reflexões históricas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

RAPOSO, João Rocha. Elementos gráficos do design na editoração de Revistas Digitais. In: CONAHPA, 7, São Luís, 2015. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2015.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design Editorial**. Porto Alegre: Bookmann 2011.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2, p.71-99, jul./dez. 1995.