



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO DE JORNALISMO**

**JOÃO SOARES DA SILVA
RAYSSA DANIELE FERREIRA DA SILVA**

REVISTA FOLHA DE ALGODÃO

CAMPINA GRANDE

2020

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA**

**JOÃO SOARES DA SILVA
RAYSSA DANIELE FERREIRA DA SILVA**

REVISTA FOLHA DE ALGODÃO

Relatório Técnico apresentado ao Curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra

CAMPINA GRANDE

2020

JOÃO SOARES DA SILVA
RAYSSA DANIELE FERREIRA DA SILVA

REVISTA FOLHA DE ALGODÃO

Relatório técnico apresentado ao Curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Jornalismo

Área de concentração: Produção Jornalística.

Aprovado em: 13 de Outubro de 2020.

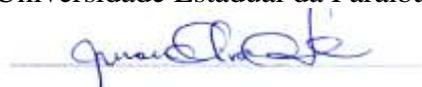
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof^o Dra. Ingrid Farias Fechine
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof^o. Dr. Jurani Oliveira Clementino
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586r Silva, Rayssa Daniele Ferreira da.
Revista Folha de Algodão [manuscrito] / Rayssa Daniele Ferreira da Silva, João Soares da Silva. - 2020.
27 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2020.
"Orientação : Profa. Dra. Ada Keesa Guedes Bezerra, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Revista. 2. Turismo. 3. História. 4. Algodão de Jandaira.
I. Título

21. ed. CDD 070.175

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, agradeço ao meu Deus, Autor, Senhor e Salvador da minha vida. Agradeço por tudo que Ele tem planejado e executado em minha vida. Por todos os dons e talentos que me concedeu e me tornou capaz de realizar esse trabalho.

Agradeço à minha mãe Josefa que nunca abriu mão de meus estudos, por me ajudar tanto, mesmo sem ter a mínima condição financeira, me educou e colaborou de forma ímpar para que pudesse ser a pessoa que eu sou hoje.

Agradeço à minha esposa Rosângela, por ser minha companheira de todos os momentos, bons e ruins, por ser um grande suporte em minha caminhada. Aos meus filhos Nicole, Joel e Kaleb, a existência deles me instiga a buscar o crescimento profissional.

A minha imensa gratidão à professora Ada Guedes que acreditou em nosso projeto e esteve presente na construção desse trabalho, nos direcionando, nos animando, compartilhando o seu saber e estando sempre disponível para nos ajudar nessa empreitada. A Rayssa Daniele que embarcou junto comigo nessa jornada, e se dedicou com tanta intensidade na execução desse projeto.

Agradeço a todos os amigos que torceram por mim, e que me apoiaram em minhas decisões. Agradeço a família Garcia, nas pessoas de Dona Lourdinha e meu Padrinho Antônio que em tempos de escassez me acolheram em sua casa, como um filho e me ajudaram a concluir os meus estudos.

Agradeço também aos momentos de adversidades que tive que enfrentar no decorrer da minha vida, as circunstâncias adversas me fortaleceram, me tornaram resiliente, me deixaram capaz de atravessar qualquer deserto e superar qualquer obstáculo.

E por último, agradeço a todos os professores que cooperaram com a minha formação acadêmica, como também a Universidade Estadual da Paraíba, que disponibilizou esse curso para adquirirmos o devido conhecimento. Grato!

João Soares da Silva

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por todas as bênçãos concedidas para que eu chegasse até aqui.

Aos meus pais Maria da Conceição e Heleno Ferreira que me apoiaram incondicionalmente e aos meus irmãos que foram bases essenciais para meu crescimento e espelho na vida profissional e pessoal.

Ao meu esposo Robson Freitas que junto comigo caminhou nesse projeto me auxiliando, acreditando e dando suporte em todos os momentos desta caminhada, como também a minha filha Pérola Maria que completa seus 9 meses em meu ventre fazendo parte por completo desta trajetória, a vocês dedico meu esforço e realização, pois sei que este projeto tão sonhado por mim é também parte de vocês.

Gratidão a professora Ada Guedes pela paciência e dedicação à nossa revista, do início ao final nos ajudando a criar e finalizar com sucesso este produto. Obrigada por todo o ensinamento compartilhado.

Ao colega de TCC João Soares que aceitou embarcar comigo e consolidar este material palpável e de grande importância para nossa cidade, contribuindo assim na memória viva e documentada.

Aos professores e colegas de curso que me acompanharam desde o início contribuindo diretamente na minha vida acadêmica.

A querida Alessandra Santos que diagramou e trabalhou junto conosco neste projeto. Por fim, e não menos importante, agradeço a todos que fazem parte desta jornada. Obrigada!

Rayssa Daniele Ferreira da Silva

RESUMO

A revista é um meio de comunicação que apresenta suas peculiaridades, como a busca por estabelecer um elo mais intimista com o leitor; a junção do jornalismo com o entretenimento; o espaço dedicado a uma abordagem mais detalhada dos fatos; a periodicidade; a possibilidade de segmentação por tema, público ou área de interesse; além de se constituir um espaço de memória discursiva. Folha de Algodão é uma revista que tem como finalidade divulgar os atrativos culturais e turísticos presentes na cidade de Algodão de Jandaíra, criando também um acervo documentando sua história. Situada aproximadamente há 170km da capital João Pessoa - PB, a cidade tem pouco mais de 2 mil habitantes, no entanto, possui riquezas que se destacam dos demais municípios vizinhos. Com um atrativo turístico que envolve desde práticas de esportes de aventura, como: rapel, ciclismo, escalada e caminhada ecológica, a cidade também dispõe de muitos atrativos no âmbito do turismo para os apreciadores da história regional. O produto midiático é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e foi elaborado a partir de pesquisa com fontes orais, fotografias antigas e atuais e entrevistas, construindo um arquivo de grande valor que permite sua propagação, além de se constituir como um dossiê histórico da cidade. Como perspectiva teórica, fundamentaram este fazer jornalístico, os pressupostos de autores como Scalzo (2008); Avighi (1992); Ferrari (2002); Carvalho (2003); Fonseca-Silva e Possenti (2007), dentre outros. Como resultado desta pesquisa e produção, a Revista Folha de Algodão se concretiza em suas 44 páginas, trazendo a público, relatos e imagens, dados e personagens que revelam parte da história e potencialidades dessa região

Palavras-Chave: Revista. Turismo. História. Algodão de Jandaíra.

ABSTRACT

The magazine is a communication media that shows its peculiarities, like the search to establish a nearer chain with the lector; the junction between journalism and entertainment; the space dedicated to a more detailed approach of the facts; the possibility of segmentation by theme, public or interest area; beyond constituting a space of discursive memory. “Folha de Algodão” (Cotton Leaf) is a magazine whose purpose is to disseminate cultural and touristic attractions that are found in the city of Algodão de Jandaíra, also creating an archive to document its history. Localized approximately 170 kilometers from capital João Pessoa, the city contains more than 2 thousand habitants, however, its affluences rise in relation to neighbor towns. With a touristic attraction that enwrap from adventure sports practices, like: rappel, cycling, climbing and ecological walking, the city also possesses many attractions in the ambit of tourism for those who appreciate regional history. This media product is result from Final Work and was elaborated from researches with oral fonts, old and actual photos, and interviews, building an archive of great value that allows its propagation, beyond its constitution as a historic dossier of the city. As a theoretical perspective, this journalistic making was erected by the presupposes of authors like Scalzo (2008); Avighi (1992); Ferrari (2002); Carvalho (2003); Fonseca-Silva and Possenti (2007), among others.

Keywords: Magazine. Tourism. History. Algodão de Jandaíra.

1. INTRODUÇÃO

Algodão de Jandaíra localiza-se no curimataú paraibano, há 160 km da capital João Pessoa. Com cerca de 2.567 habitantes, segundo censo do IBGE de 2019, o município tem sua formação histórica, política e cultural relacionada ao avanço dos colonizadores no agreste paraibano por volta do século XVII, mas sua história remonta a das antigas civilizações que habitavam estas terras. Apesar da ausência de registro escrito na literatura convencional, a arte rupestre está presente em muitos paredões de pedras da região, sendo a Pedra do Caboclo o mais conhecido. Cenário de um massacre indígena, forma juntamente com outras rochas um conglomerado de sítios arqueológicos. Segundo a tradição oral, tribos indígenas como Caxexa e Cariri habitavam essa terra, e mesmo não existindo documentos fidedignos que comprovem isso, os traços indígenas são notáveis na face de muitos moradores.

Em 1957 Algodão de Jandaíra torna-se povoado de Remígio quando este ganha a sua emancipação política do território de Areia-PB. Foi elevado à condição de distrito no dia 18 de Janeiro de 1962 através da lei estadual 2.778/1962, e emancipado do município de Remígio em 29 de abril de 1994 através da lei estadual 5.928/1994.

Dentre as muitas narrativas que ilustram a história desse município está o “Caso Carlota”. Uma mulher empoderada, independente e dona de sua própria história, Carlota Lucia de Brito foi capaz de “escandalizar” a sociedade areense do século XIX, tendo Algodão de Jandaíra - que naquele tempo se chamava Bons Ares - como cenário de uma trama que envolveu amor, conspiração política, e morte.

De clima seco, tem a Caatinga como vegetação nativa e inserido no semiárido brasileiro, o município tem baixos índices pluviométricos, tendo como reservatório principal um açude construído em 1950 pelo ex-Governador da Paraíba José Américo de Almeida. A economia sempre girou em torno da agricultura de subsistência. Culturas como a do algodão e do sisal já foram a base da economia no passado, mas com a severidade da seca e a praga do bicudo, os principais produtos agrícolas que permaneceram foram: fava, feijão e milho. Quando os anos são chuvosos, há uma grande produção dessas culturas, que são usadas para consumo, e vendidos o excedente.

No que diz respeito à pecuária, existe em algumas propriedades a criação de suínos, ovinos e bovinos, mas a caprinocultura é o forte, por serem animais de grande resistência, os caprinos são resilientes e se adaptam facilmente as condições climáticas dessa região. Com o incentivo de programas federais e a facilidade de crédito fornecido por alguns bancos, muitos

produtores conseguem viver na zona rural e conseguem, mesmo que de forma árdua, garantir o seu sustento.

Com 26 anos de emancipação política, e muitos anos de história, esse lugar é potencialmente turístico. Suas serras e inúmeras formações rochosas são repletas de gravuras rupestres, ideais para a visita, para a prática do rapel e esportes de aventura. A secular Capela Sagrado Coração de Jesus, as fachadas das casas antigas, as ruínas de um cemitério, e os casarões, fazem parte do lugar, que tem um grande potencial, e está pronto para ser explorado.

No entanto, as riquezas históricas nunca foram antes documentadas, o que nos levou, como filhos, moradores da cidade e jornalistas em formação, a encarar a missão de produzir esse relato, uma narrativa que ao mesmo tempo em que se constitui documento histórico, serve como artefato de divulgação das potencialidades turísticas da região. Como suporte para essa produção, a revista foi o veículo de comunicação escolhido. Tal escolha se justifica pelas características inerente à esse meio, como o fato de permanecer por mais tempo no rol de interesse do leitor, o formato físico que permite maior durabilidade que o jornal e o folheto, pelo atrativo gráfico capaz de trabalhar texto, foto e ilustração de forma criativa, e por ser um produto jornalístico que mescla informação e entretenimento.

Deste modo, a revista Folha de Algodão propõe-se a documentar e contribuir para a memória da cidade de Algodão de Jandaíra, como também dar visibilidade ao seu potencial para propagação do turismo, exaltando as belezas naturais e culturais no município.

Para a produção foram realizadas pesquisas, e portanto, a revista contém dados coletados através de testemunhas oculares, fotografias antigas e atuais, construindo um dossiê sobre sua história e possibilitando a veracidade para consulta, como também fonte de pesquisa além de possibilitar a divulgação do município.

Apesar de sua criação inicial ser pensada para o impresso, hoje dispomos de plataformas digitais que viabiliza outros tipos de versões que se encaixam tanto no impresso como no digital. Nossa proposta é criar uma versão digital com a mesma estrutura para o impresso, criando um material com a mesma linha editorial que une elementos presentes desde textos, cores e fotografias, visando construir um material de valor e credibilidade.

Folha de Algodão aborda em sua totalidade diferentes temáticas que se relacionam entre si, dando um olhar diferenciado para a cidade de Algodão de Jandaíra, destacando o seu potencial turístico juntamente com seu patrimônio histórico cultural. Com o objetivo de contribuir de forma positiva para a economia local, atraindo visitantes como também servindo como fonte de pesquisa para quem desejar conhecer mais da história desta cidade.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- Desenvolver um produto midiático na modalidade revista com abordagem sobre o potencial turístico da cidade de Algodão de Jandaíra e o seu aspecto histórico, a fim de contribuir para a preservação da memória local e portfólio turístico.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar entrevistas com moradores locais, que são testemunhas oculares da história do município;
- Relatar a história de Algodão de Jandaíra e explorar os pontos turísticos;
- Fotografar a cidade, pontos turísticos e moradores que serão entrevistados;
- Dar visibilidade as potencialidades da cidade criando um portfólio para atrair visitantes;
- Reunir relatos de escaladores afim de trazer respaldo para a propagação do turismo ecológico da cidade;
- Explorar a cultura e a tradição existente no município;
- Produzir artefato documental para preservação da memória da região.

3. JUSTIFICATIVA

A cidade que é cerne deste projeto é uma típica cidade interiorana de pequeno porte, que como muitas outras, é esquecida mediante sua localização geográfica, ausência de algum aspecto econômico forte e representativo de desenvolvimento e outros aspectos característicos de lugares pequenos. No entanto, toda forma de comunidade tem seu valor histórico e social.

Algodão de Jandaíra, por exemplo, é detentora de riquezas representadas por seus paredões rochosos e sítios arqueológicos. Um lugar favorável à visitação para práticas de esportes e turismo regional, potencialidades desconhecidas por muitos cidadãos que teriam interesse em conhecer caso tivessem esse tipo de informação. Assim, consideramos relevante a produção de um material consistente de divulgação e estímulo ao desenvolvimento turístico e conseqüentemente econômico do lugar.

Outro aspecto que respalda e justifica essa produção, é a ausência de registros sobre a história local. A revista tem, portanto, o compromisso da representatividade e construção escrita da história, contribuindo para a preservação da memória local, pois acreditamos que um periódico se constitui um artefato decisivo para esta documentação. Fundamenta este pensamento a ideia de Fonseca-Silva e Possenti (2007), pois para eles, além de informar seu público, os meios de comunicação desempenham papel fundamental na documentação da identidade cultural de determinada sociedade. São o que chamaram de lugares de memória discursiva.

Se tomarmos, nos seus vários contextos de produção e de consumo, as imagens que circulam nas sociedades, no que tange às representações sociais e às representações visuais, entendidas como organizadoras de todo um imaginário, veremos que elas são, ao mesmo tempo, reflexo e resultado dos modos de pensar das sociedades. (FONSECA-SILVA, 2007, p. 25).

Pensando essa teoria, entendemos que quando uma comunidade ou grupo deixa de criar esses lugares de memória discursiva sobre sua própria história, é comum que os sujeitos não reconheçam o valor de sua identidade, ao passo que, ao se criar esses lugares em produtos midiáticos capazes de contar esses relatos individuais, esse valor vai se fortalecendo e a memória torna-se coletiva. Por isso mesmo se faz importante essa produção em revista, pois será através de suas páginas que moradores ouvirão os relatos de seus conterrâneos, verão as imagens de sua terra natal, e se reconhecerão enquanto comunidade pertencente a um território.

Tal reconhecimento identitário reflete conseqüentemente na transmissão das histórias e na preservação da memória. Segundo Halbwachs (1990) “a memória deve ser entendida também ou, sobretudo, como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes”. (POLLAK, 1992, p. 38). Nesse sentido, a imprensa especializada acaba se tornando um meio de circulação através do qual certo grupo se constitui e se reconhece como uma comunidade.

Vale citar também a relevância deste trabalho para seus idealizadores, uma vez que, através de sua elaboração, foi possível colocar em prática os ensinamentos adquiridos ao longo do curso. O fazer jornalístico se fez presente desde a concepção da ideia da criação da revista, passando pela produção de pautas, realização de pesquisa documental e de entrevistas, além dos registros fotográficos e escrita das matérias.

4. PÚBLICO ALVO

A revista Folha de Algodão tem como público alvo os moradores da cidade, servindo como fonte documentada através de relatos da história local, como também todos da Paraíba, destinando-se em especial, à divulgação e estímulo às práticas turísticas e a cultura regional, tendo em vista a visitação e ao retorno para o município no âmbito econômico a partir da disseminação do turismo local. Nesse grupo destacamos também profissionais de empresas públicas e privadas, como agências de turismo que possam utilizar nossa revista como portfólio.

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5.1 COMUNICAÇÃO E TURISMO

No mundo inteiro o turismo tem se tornado um grande negócio, concorrendo de forma quase igualitária com as indústrias petrolíferas e as de armamento de guerra.¹ Governantes e empresários tem desenvolvido várias estratégias para atrair turistas aos seus destinos. De acordo com Organização Mundial de Turismo (OMT), no ano de 2019 foram registradas no mundo inteiro, 1,5 bilhão de chegadas de turistas internacionais. Isso representa um aumento de 4% em relação ao ano de 2018. No Brasil, o ICV-Tur, Índice da pesquisa elaborada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), registrou que em 2019 o turismo brasileiro movimentou R\$ 238,6 bilhões no Brasil, gerando 35.692 novos postos de trabalho.²

Apesar de ser um mercado em constante ascensão, com a chegada da pandemia do novo coronavírus, o impacto sobre o turismo mundial foi expressivo, contrariando as expectativas da OMT que tinha previsto que em 2020 haveria aumento de mais de 4% em relação ao ano anterior. Porém, o ano registra uma queda significativa de 80%, isso faz o setor vivenciar a maior crise desde a Segunda Guerra Mundial. Segundo o secretário-geral

1. Ver em: <<https://www.panrotas.com.br/mercado/>>. Acesso em 27 de agosto de 2020.

2. Ver em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em 02 de setembro de 2020.

da OMT, Zurab Pololikashvili, “o mundo enfrenta uma crise sanitária e econômica sem precedentes. O turismo foi duramente atingido, com milhões de empregos em risco num dos setores da economia com maior necessidade de mão de obra”.³ No Brasil, o ICV-Tur registrou que em 2019 o turismo brasileiro movimentou R\$ 238,6 bilhões o que gerou 35.692 novos postos de trabalho.

Nos últimos tempos a área da comunicação também tem tido um notável crescimento sobretudo, com o advento da internet com sua gama de recursos e plataformas. Estas têm sido grande aliada do ramo turístico, possibilitando a disseminação de propagandas em curto período de tempo, e alcançando o grande público de forma mais eficaz. Empreendedores têm se valido dessas ferramentas para impulsionar os seus negócios. Aqueles que têm identificado seu público, produzido um conteúdo segmentado e fazendo bom uso desses recursos, conseguem obter excelentes resultados.

O estreitamento dos laços entre a comunicação e a atividade turística remonta a antiguidade. Obviamente que a comunicação desses tempos remotos tinha outra configuração comparado a dos dias atuais, mas sempre esteve presente nas rotas dos grandes mercadores. Os sujeitos não arriscavam um deslocamento que perdurava por meses sem ter um bom propósito ou sem saber precisamente o que iriam encontrar em seu destino. Como afirma Lage (2000):

A existência humana também pode ser explicada em função do desenvolvimento da comunicação, que pode ser distintamente associada ao que chamamos de forma de transmissão de uma geração para a outra do produto acumulado de experiências da vida de cada sociedade, em termos de cultura, arte, ciência, religião, economia, política, sociologia, filosofia, educação e outras formas de criação e produção realizadas pelo ser humano – onde se evidencia o turismo”. (LAGE, 2000, p. 38).

Godoy reforça essa função utilitária da comunicação como ferramenta facilitadora entre o homem e à prática do turismo:

Turismo e comunicação são indissociáveis para o bom desenvolvimento da atividade, uma vez que é somente através da comunicação que o turista irá alcançar o produto que deseja consumir, além de obter variadas informações e novidades de consumo em turismo. Assim, a linguagem jornalística facilita a compreensão do consumidor acerca das informações pertinentes ao seu consumo turístico. Não somente é importante o enfoque promocional, mas também os aspectos técnicos do atrativo ou destinação turística, fato este que poderá muito ser administrado pela comunicação”. (GODOY apud ZARDO, 2001, p. 97).

³ Ver em: <<https://m.dw.com/pt-br/noticias/s-7111>>. Acesso em 02 de setembro de 2020.

O aperfeiçoamento dos meios de comunicação foi de primordial importância para o setor turístico, que viu nesse desenvolvimento o fortalecimento de um aliado nas divulgações de suas potencialidades. No século XIX, com a chegada da Revolução Industrial, uma gama da sociedade europeia e americana é instigada a buscar conhecimento sobre o seu próprio território como também os estrangeiros.

Segundo Avighi (1992, p. 23) “a revolução industrial criou ou ampliou, nas capitais europeias e nas principais cidades dos Estados Unidos, camadas sociais afluentes e educadas, ávidas por viagens e por informações sobre sua região e seu mundo. E aptas a consumi-las de acordo com suas possibilidades”. É neste contexto que surgem as revistas especializadas do ramo turístico, os primeiros periódicos do ramo forneciam as informações úteis para viajantes.

Scalzo (2008) afirma que a primeira revista de que se tem notícia foi publicada em 1663, na Alemanha, e chamava-se *Erbauliche Monats-Unterredungen* (ou *Edificantes Discussões Mensais*). Tinha cara e jeito de livro e só é considerada revista porque trazia vários artigos sobre o mesmo assunto – teologia – e era voltada para um público específico. Além disso, propunha-se a sair periodicamente. (SCALZO, 2008. p. 19). Depois surgem as revistas *Revue des Deux Mondes*, o *Musée des Families* e a *Magasin Pittoresque*. As publicações eram mescladas entre fatos e fantasias, ingredientes que aguçavam a curiosidade dos turistas, mas que também por vezes criava falsas expectativas em relação ao que era apresentado.

Na atualidade não há mais espaço para ficção em produtos de caráter jornalístico e sim assuntos relacionados ao entretenimento, o que é diferente de conteúdo fantasioso. Alguns títulos fizeram história e diferentes países criaram suas receitas de sucesso no mercado de revista. Na França, a *Mercúrio das Senhoras*, foi a primeira de todas as revistas femininas que conforme Scalzo (2008) começara a circular em 1693. Já a *The Gentleman's Magazine* foi uma influente revista criada em janeiro de 1731 em Londres. No Brasil, dentre tantos outros periódicos, vale citar *As Variedades*, também chamada *Ensaio da Literatura* aparece em 1812, em Salvador, na Bahia, com a proposta de publicar discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais; *O Cruzeiro*, idealizada pelo jornalista Assis Chateaubriand que surge em 1928; a *Realidade*, tida como uma das mais conceituadas de todos os tempos, fundada em 1966 dentre tantas outras que mencionar todas extrapola a finalidade e limite desse trabalho, mas é importante mencionar para enfatizar que cada revista tem sua missão, seu público, seu corpo e projeto editorial e por isso mesmo carrega sua própria linguagem e essência.

Cada meio de comunicação apresenta características específicas conforme missão e formato técnico. Rádio, tv, jornal impresso, e mais recentemente, os sites e portais de notícias

trabalham a informação de modo factual, o imediatismo é essencial. Já a revista e sites especializados, por exemplo, tem como proposta tratar a informação de forma aprofundada, detalhada. São também produtos que trabalham a informação e o entretenimento ao mesmo tempo. De modo que esse aspecto se faz apropriado para tratar de certos temas como cultura, arte, turismo, esporte, dentre outros.

A revista é o tipo de veículo que contempla a junção entre informação e entretenimento. Como afirma Scalzo (2008, p.11) é “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”. A periodicidade pode ser semanal, mensal, trimestral, semestral, anual e tem a segmentação⁴ como recurso para atingir públicos específicos bem como manter a linha editorial focada em temas e assuntos determinados.

5.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM TURISMO

Um dos fatores que estreitou ainda mais o relacionamento entre o turismo e a comunicação é segundo Avighi (1992), o invento da fotografia que surge como um *upgrade* nas publicações. O turismo ganhou uma identidade visual e os atrativos tornaram-se mais reais aos olhos de seus leitores, com isso a exploração das imagens passam a ser um ponto fundamental no *merchandising* desses destinos. Para que o jornalista atue em uma revista especializada nesse ramo, é necessário que o profissional busque a devida especialização, espera-se que o conteúdo produzido nesse tipo de veículo seja o mais fluido possível, e que o leitor se sinta atraído e instigado a conhecer o lugar e impulsionado a visitá-lo. Rossi (1986, p.75) diz que: “a fórmula correta para a boa informação jornalística deveria ser a especialização dos jornalistas e não especialistas praticando jornalismo”.

No Brasil, o jornalismo especializado em turismo é bastante evidente e já na década de 80 Erbolato (1981, p. 59) destacara a pluralidades do que era oferecido aos leitores viajantes:

O turismo é abordado com destaque, na imprensa brasileira, com bastante ilustrações, a maior parte em cores, mostrando cidades do País ou estrangeiras. As matérias visam incentivar o leitor a viajar e, por isso, abordam temas ilimitados: museus, campismo, roteiros de viagens, preços de hotéis e passagens, excursões promovidas por empresas especializadas, novidades das companhias de aviação (inauguração de rotas, compra de novos aparelhos, substituição de uniformes do pessoal de terra e das aeromoças), centros campestres, hotelaria, pesca, tábua de marés, cardápios

⁴ “A segmentação surge a partir de conceitos levantados por pesquisas de consumo em que, a partir de classificações como gênero, faixa etária, classes sociais, bem como motivações psicológicas e interesses por assuntos específicos, consegue mapear público em potencial”. (BUIIONI, 2013, p. 107).

de restaurantes, cruzeiros marítimos, comemorações, política do turismo, reformas de aeroportos, automobilismo, como viajar para o exterior (passaporte, vistos, compra de passagens, limite de dólares, o que pode ser trazido, como remeter dinheiro a quem se encontra em outro país) e outros (ERBOLATO, 1981, p. 59).

Em entrevista à Ferrari (2002), a professora *Olga Tulik*, docente de Turismo entre os anos de 1973 e 2005, afirma que jornalistas que escrevem sobre turismo devem ter uma visão mais ampla sobre aquilo que estão escrevendo, uma visão que abranja todos os âmbitos desde o operacional até o mercadológico. Ela defende a ideia de que as universidades de jornalismo deveriam criar uma disciplina específica na área turística, sendo assim haveria uma formação mais adequada e maior embasamento na escrita desses profissionais.

Devido ao poder expressivo do jornalismo especializado em turismo, uma formação adequada se faz necessária, pois liberta os profissionais dos erros de escrita, da falta de foco e permite que os leigos consigam captar o assunto. O jornalismo de viagens tem características específicas comparado com as outras modalidades, é preciso que se tenha o cuidado de ao descrever determinada localidade, o periódico não se transforme em uma mistura de propagandas. É muito comum nas reportagens turísticas essa mistura de promoções como fala Carvalho (2003):

Nos suplementos de turismo a ligação entre o jornalismo e as variantes “publicistas” é tão impressionante que é difícil saber onde começa a publicidade, propriamente dita e a propaganda. É o caso das viagens patrocinadas dos repórteres pelas empresas do setor turístico, onde a pauta muitas vezes é motivada porque a editoria foi agraciada com uma passagem para um determina o lugar, por exemplo. Quer dizer, o jornalismo ali é propaganda-publicidade. É propaganda porque o repórter está divulgando um ponto turístico em que a empresa tem uma conexão como pacotes turísticos ou itinerário aéreo. E é publicidade porque é citado o nome da empresa que patrocinou a viagem no final da matéria. O jornalismo, nessa situação se fragiliza e abre precedentes e desdobramentos de ordem ética.” (CARVALHO, 2003, p.82).

Isto acontece geralmente por que para que os lugares e seus atrativos tenham visibilidade nas revistas especializadas, é preciso que os locais arquem com partes dos gastos, ou todo o custeio das viagens dos jornalistas. Esse acordo que acontece entre as empresas de turismo e as empresas jornalísticas pode ser bastante vantajoso para ambos os lados. Esse amplo interesse do ramo turístico para ser promovido por meio da publicidade acontece, segundo Lopes (2001), porque a publicidade é a ação da comunicação, é a que alcança o público de forma mais precisa, o que resulta em uma provocação no íntimo do leitor para usufruir dos atrativos apresentados através da propaganda.

Mas, essa prática é censurada por alguns autores, pois segundo eles isso contraria o cerne do jornalismo, como cita Ferrari (2002):

O jornalismo não pode ser considerado como uma ferramenta de marketing, porém tem um papel muito importante em um planejamento de comunicação [...] a rigor, não corresponde a uma ação de marketing, visto que seus princípios implicam a necessidade de autonomia do veículo para a difusão da informação. (FERRARI, 2002, p.75).

Outro fator importante na distinção das reportagens turísticas das demais é a abordagem que estas trazem. A maioria das notícias cotidianas tentam responder o lead do jornalismo (quem, quando, onde, como, porque e o que), já as reportagens de viés turístico enfatizam principalmente o onde, isto é, o lugar a ser visitado. E o porquê, ou seja, as vantagens.

Vaz (1999, p. 220) ressalta que a o papel do jornalismo especializado em turismo é “levar ao consumidor uma informação completa e crítica sobre o produto, a mais isenta e imparcial possível, de modo que o consumidor possa, conhecendo o produto, avaliar a conveniência ou não de comprá-lo” e portanto, deve ser repassada de forma desprovida de interesses e gostos particulares do jornalista. Para o autor é “uma função que deve ser cumprida por um observador externo e seu relato deve obedecer às regras da técnica jornalística, informando, opinando e criticando dentro de uma perspectiva que privilegie os direitos do consumidor.” (VAZ, 1999, p. 220).

Entretanto, esta não é a atual realidade que se apresenta no jornalismo especializado no Brasil, mas sem dúvidas seria o ideal levando em consideração a ética e responsabilidade do jornalismo especializado. Enfim, vale lembrar que assim como essa “missão” citada por Vaz (1999), outros aspectos são muito importantes, como sempre que possível, conscientizar o turista quanto ao respeito à natureza e ao meio ambiente, a consideração pela cultura local, e sem dúvidas tratar o leitor não como mero consumidor, mas como público consciente acerca dos resultados positivos e negativos provenientes da exploração do turismo em um determinada localidade.

6. DETALHAMENTO TÉCNICO

6.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A revista Folha de Algodão conta com 44 páginas e contempla 11 matérias com pautas destinadas a contar e/ou enfatizar aspectos da história da cidade, bem como evidenciar seu potencial turístico. Nela são abordados diversos temas, desde sua fundação, sua cultura e belezas naturais. Atendendo a um critério do que se constitui uma revista, que é a diversidade de gêneros textuais, optamos por trazer nesta edição, reportagens, entrevistas, o texto de perfil, dicas de leitura, roteiro turístico e ensaio fotográfico.

Deste modo, é possível ler e apreciar as seguintes matérias:

1. Sítio Jandaíra, onde tudo começou - berço histórico do município.
2. Algodão de Jandaíra – inexplorado, é um lugar potencialmente turístico, um paraíso para historiadores, arqueológicos e aventureiros.
3. Um breve histórico sobre o açude de Algodão, o motor da luz e o legado de Francisco Braga...
4. O caso Carlota – Uma história de crime, romance e política
5. Igreja Sagrado Coração de Jesus – Um marco histórico e de fé no coração de Algodão de Jandaíra.
6. Amor a música e determinação na vida: um perfil do Maestro Seu Martinho.
7. Roteiro do turismo – do turismo religioso, a práticas de esportes de aventura, conheça os principais pontos de visitação da cidade.
8. Entrevista com Gláucia Elizabeth: Aventureira e amante de esportes de aventura.
9. Arqueologia em Algodão de Jandaíra - Um conglomerado de sítios arqueológicos inexplorado e desprotegido;
10. Pôr do sol - Aqui esse fenômeno é mais encantador.
11. Cavalgada de São Pedro.

Cada matéria acompanha imagens fotográficas que complementam o texto, uma forma que encontramos de explorar as belezas que cada nicho editorial traz consigo. Nossa proposta visa contemplar duas plataformas, de início a digital e como consequência, almejamos fazer uma tiragem impressa.

6.2 ASPECTOS GRÁFICOS E EDITORIAIS

O formato da revista é de 20 cm x 26,5cm, com 44 páginas. O estilo de diagramação pensado para este projeto foi algo simples e com um campo de visão amplo, dando espaço para as fotografias e texto com o destaque merecido para cada ponto que deveria dar ênfase. Optamos pela ausência de margem para que as imagens fossem enfatizadas, o que

imageticamente dialoga com paisagens, espaços externos, amplitude, leveza. Elementos presentes que remetem à ideia de liberdade, movimento, expansão, aventura.

Quanto às tipologias, no projeto da revista foram utilizadas as seguintes fontes durante as matérias, afim de contemplar os dois aspectos abordados para o produto: o turístico e o histórico. Para a capa a escolha foi: *Plane Clash* e *Julieta Messi* como pode ser verificado na Figura 1.



Figura 01 – Nome da Revista

Nas chamadas aparece a fonte *Caviar Dreams (bold)*, enquanto na Carta ao leitor utilizamos *Brie Light* e *Minion Pro*, conforme aparece na Figura 2.



Figura 02 – Carta ao leitor

Para o Expediente, a ideia foi utilizar várias fontes e tamanhos diferentes, o que afere tanto um aspecto mais moderno quanto o destaque entre um título de matéria e outro. E para isso foram escolhidas as seguintes fontes: *Bellerose*, *Caviar Dreams (bold)* e *Brie Light*.



Figura 03 – Expediente

As cores são fundamentais na composição do projeto visual da revista. Elas também comunicam, desperta atenção, sensações, sentimentos. Em especial quando se trabalha com dois vieses em um mesmo produto. Para alcançar o intento de trazer ao leitor um breve convite para o turismo e conhecer sua história e cultura as cores tem um papel fundamental nesse primeiro contato.

A harmonia entre os tons é de extrema importância, então a partir daí as escolhas da paleta da revista teve como prioridade as tonalidades que se aproximasse das fotografias que ilustrariam as matérias. Outro fator importante levado em consideração foram os tons que estão presentes na bandeira da cidade que são: vermelho, branco, verde e dourado



Figura 05 – Bandeira cores referências

A escolha dos marcadores onde há indicações para matérias, ensaio e entrevistas, ou seja, a indicação do gênero textual e da sessão também não se fez de forma aleatória. Para isso foi produzida estrategicamente uma marca colorida pensada a partir da ideia de um ponteiro estilizado e parecido com o de uma bússola com o intuito de localizar o leitor.

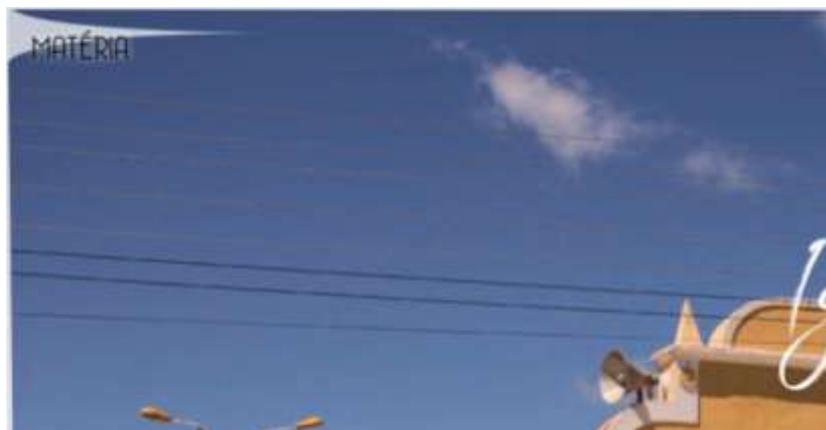


Figura 06 – Indicadores de Matérias

A capa é a primeira forma de comunicação com o leitor. É através da capa que o leitor tem o primeiro contato visual com a revista e a partir daí que se desperta o desejo em folheá-la. “Essas características da capa convertem em um canal de comunicação constante com o leitor, permitindo que, antes mesmo de folhear a revista ele saiba do que ela fala e como fala”. Vaz (2013, p. 225). Tudo deve entrar no contexto de criar uma identidade entre o produto e o público alvo.

A chamada principal e a imagem da capa devem se complementar, passando uma mensagem coesa e coerente, por melhor que seja a imagem escolhida, o fundo da capa (seja fotografia ou não) não pode atrapalhar a legitimidade das chamadas. Em capas, aliás, legibilidade é tudo. (SCALZO, 2011, p. 63).

Na revista Folha de Algodão buscamos utilizar uma fotografia que destacasse um dos pontos turísticos que se encontra no decorrer das matérias. No canto inferior direito aparecem as legendas, demarcadas por palavras chave que aparecem em algum momento da matéria que aborda o referido tema. Usar um termo, uma palavra em vez de frases ou títulos completos der um aspecto mais clean, mais leve e permite que a fotografia de capa se sobressaia.

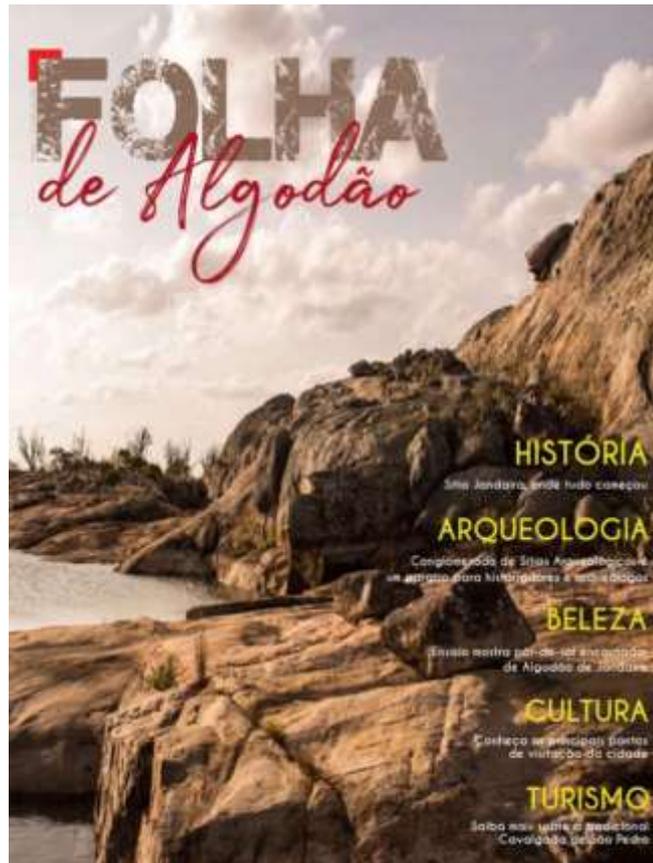


Figura 07 – Capa.

O nome da revista foi uma das últimas escolhas e foi pensado a partir da ideia de remeter à folha do jornal impresso como também à folha do algodão uma das principais fontes econômicas nos primórdios da cidade, como também faz dualidade ao nome do município, ou seja, A revista Folha, de Algodão de Jandaíra.

6.3 PRÉ-PRODUÇÃO E PRODUÇÃO

A temática da Revista Folha de Algodão foi pensada a partir da necessidade que sentimos, enquanto autores, futuros jornalistas e filhos do município, em dar o merecido destaque a cidade de Algodão de Jandaíra e o seu potencial turístico, tendo em vista que sendo detentor de um conjunto de sítios arqueológicos, formações rochosas e uma gama de atrativos turísticos, esta região ainda não tem a devida visibilidade. Então, encontramos no trabalho de conclusão de curso, a oportunidade de fazer o descortinamento, e tornar tais potencialidades visíveis.

Fechamos a orientação com a professora Ada Guedes e por morarmos em cidades distintas, nossas reuniões aconteceram de forma remota devido às limitações impostas pela pandemia da Covid-19. A logística ficou então definida da seguinte forma: A dupla de

estudantes conversavam e em seguida apresentava propostas para a orientadora, que marcava reuniões online para deliberarmos juntos sobre as produções textuais e suas respectivas etapas.

Na primeira reunião de pauta ficou acordado que trabalharíamos uma quantidade de 13 pautas, mas devido ao cenário de pandemia, algumas se tornaram inviáveis, então ficou decidido trabalhar com 11 pautas. A etapa seguinte foi a divisão entre os dois alunos autores sobre qual deles cumpriria cada pauta e escreveria cada matéria. Uma vez redigidas, essas reportagens eram encaminhadas para a professora orientadora que revisava o texto.

As entrevistas com as fontes se deram através do WhatsApp e também presencial. No decorrer do procedimento do levantamento das informações, o contato com as fontes, a produção das entrevistas, e a escrita dos depoimentos, a professora foi contatada em momentos necessários para tirar dúvidas ou opinar sobre situação imponderáveis e imprevistos, o que é característico da prática jornalística. Após fechamento e revisão textual, na sequência se fazia o trabalho de negociação e planejamento juntamente com a diagramadora da revista, Alessandra Clementino.

Ao longo do processo de diagramação, o contato dos alunos com a diagramadora se fez de modo contínuo, para que o trabalho de design gráfico fosse acompanhado de perto. Uma vez que todas as reportagens foram escritas, seguiu-se para uma terceira etapa que consistia em planejar a sequência da ordem das matérias e escolha de alguns elementos chaves como, por exemplo, a matéria e fotografia de capa, as chamadas, dentre outras questões.

Em relação às fotografias boa parte delas é de autoria da aluna autora e fotógrafa Rayssa Danielle, algumas foram cedidas pelas fontes e também retiradas do arquivo pessoal do aluno autor João Soares.

Devido aos diversos processos na produção da Revista, o trabalho foi desenvolvido por uma equipe, no caso em dupla. Cada membro realizou suas atividades em dois momentos: a pré-produção e a produção, nessa dinâmica o trabalho de um, ia complementando o do outro e assim o produto foi ganhando forma.

Cada um cuidou de sua parte, discutindo as ideias sempre que surgia algum entrave. O trabalho foi sendo enorpado com as sugestões, as críticas e o trabalhar coletivo, que é uma das características positiva da prática jornalística coerente e responsável, que foi o que buscamos fazer neste trabalho e o que permitiu a democratização do processo criativo.

7. CRONOGRAMA

Atividades	Junho	Julho	Agosto	Setembro
Revisão do projeto	X			
Leitura e escrita do Referencial Teórico		X		
Entrevistas		X	X	
Registros Fotográficos		X	X	
Redação			X	X
Revisão Textual			X	X
Diagramação				X

8. ORÇAMENTO

Os custos da produção da revista incluem 300,00 R\$ referente a despesas com diagramação, dadas as circunstâncias e as demandas a serem cumpridas pela dupla, que suscitaram a necessidade de terceirizar esta etapa da produção. Já as despesas em equipamentos e deslocamentos foram custeadas com recursos próprios.

A revista Folha de Algodão até o presente momento é um produto na versão digital, sendo assim não temos custos com impressão, como também não há patrocínios de órgãos públicos e privados para sua realização.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo passa por reconfigurações desde o seu surgimento. São mudanças necessárias decorrentes do seu tempo histórico, do surgimento de novos recursos técnicos, de novas formas de interação e de novos comportamentos e hábitos de aquisição de informações. O produto Revista surgiu na Alemanha, em 1663. A *Erbauliche Monaths-Unterredungen*, que

significa algo como “Edificantes Discussões mensais” é citada como o primeiro periódico e tinha um formato totalmente diferente do que conhecemos hoje. (SCALZO, 2004). De lá até os dias atuais vários títulos surgiram, se refizeram e desapareceram. Mas o produto em si ainda continua a conquistar leitores e diante de um novo cenário, onde a internet se torna o meio mais acessado de consumo e aquisição de informação, as revistas que perduram são geralmente aquelas que encontram um nicho, um segmento que se adapte bem a sua forma de circular e comunicar. E um dos segmentos que se adequa à Revista é o ramo do turismo.

Também acreditamos que se trata de um meio de comunicação que é capaz de registrar relatos, fatos, imagens e se constituir em espaço de memória discursiva e coletiva, como afirmou Fonseca-Silva e Possenti (2007). Por isso mesmo partimos da ideia de que este seria o produto ideal para tratar exatamente sobre história local e turismo.

Esta revista se constitui primeiramente um produto de troca simbólica e afetiva, pois ao mesmo tempo que nos proporcionou a oportunidade de colocar em prática o aprendizado adquirido em nosso percurso acadêmico, também representa um retorno que damos à terra onde nascemos e crescemos, onde trabalhamos e criamos/criaremos nossos filhos. De Algodão de Jandaíra dois jovens se tornam jornalistas, estudaram a arte de contar histórias, revelar fatos e fazer registros, e desse conhecimento adquirido tiramos a missão de registrar a história do nosso lugar, de criar um meio, um espaço para que outros Algodenses apareçam, contem seus relatos, se vejam e se reconheçam. E porque não dizer, se orgulhem, como nós nos orgulhamos de fazer parte e contar esta história.

Como filhos de Algodão de Jandaíra e conhecedores do potencial de nosso município, elaboramos esse produto com a convicção de que os resultados a curto e a longo prazo serão significativos. Não temos dúvidas de que a revista Folha de Algodão é um divisor de águas, como jornalistas e munidos do conhecimento na área de comunicação, vimos na produção desse material a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento de nossa terra, nos mais diversos âmbitos. O nosso território é detentor de um grande patrimônio histórico, cultural e arqueológico, e independente de quem quer que esteja no governo do município, a revista é uma realidade, é algo inédito, e portanto, será uma mola propulsora para os mais visionários, como também um “incômodo”, uma forma de tirar da zona de conforto os mais acomodados.

Estamos certos de que, enquanto jornalistas, não temos o poder de mudar a nossa realidade, mas podemos influenciar, instigar, gerar reflexões, e como comunicadores temos também a missão de alertar, chamar atenção e de evidenciar a importância da preservação do nosso patrimônio, como também incentivar a exploração das riquezas de nosso município, de forma legal e sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AVIGHI, Carlos Marcos. **Turismo e comunicação: estudo do turismo na história da comunicação no séc. XIX.** Turismo em Análise, São Paulo, v.3, n.2 , p.22-23, nov.1992.
- BOAS, Sérgio Vilas. **O Estilo Magazine – O texto em Revista.** São Paulo: Summus, 1996.
- BUITONI, Dulcilia Schroeder. **Revista e segmentação: dividir para reunir.** In: TAVARES, CARVALHO, Carmem Regina de Oliveira. **Jornalismo especializado em turismo: o gênero Comunicação e Artes,** São Paulo. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, Escola de de S. Paulo. 2003.Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo.
- ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso.** São Paulo: Atlas, 1981. 158p.
- FERRARI, Cynthia Menezes Mello. **O relacionamento da mídia impressa e o turismo.** 2002. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo.
- FONSECA-SILVA, Maria da Conceição; POSSENTI, Sírio (Orgs.). **Mídia e Rede de Memória.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.
- LOPES, Dirce Vasconcellos. **Comunicação e turismo: nuances e estratégias.** Revista.
- MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista.** São Paulo: Edusp, 2000. Memória. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007.
- POLLACK, Michel. **Memória, esquecimento, silêncio.** In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro, v.3, n.2, 1989.
- ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** 9a ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** 2º ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- SCALZO, MARÍLIA. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: contexto. (2008). **Turismo: Dimensões e Perspectivas, Maringá , v.1, n.1, p.79-87, dez.2001.**
- VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico: receptivo e emissor.** São Paulo: Pioneira, 1999
- ZARDO, Eduardo F. **Marketing aplicado ao turismo.** São Paulo: Roca, 2003.