

## **Revista mensal 13 Horas: Cultura e Turismo sobre trilhos<sup>1</sup>**

Ana Cristina Marques Coelho<sup>2</sup>  
Boulanger Lopes de Souza Campos<sup>3</sup>  
Breno Andrade Lisboa Penido<sup>4</sup>  
João Paulo Carvalho Mello<sup>5</sup>  
Ludmila Isabela Gonçalves Rezende<sup>6</sup>  
Eustáquio Trindade Neto (Orientador)<sup>7</sup>  
Centro Universitário Newton Paiva

### **RESUMO**

A revista 13 Horas é uma publicação mensal cujo público-alvo são os usuários da linha ferroviária EVFM – Estrada de Ferro Vitória-Minas. Tem como temas principais a Cultura e o Turismo. Além disso, evidencia os aspectos políticos, econômicos, sociais e leva conhecimento, entretenimento e prestação de serviço aos leitores. Possui coluna cultural, passatempos direcionados às crianças e aos adultos, receitas regionais e espaço de cunho esportivo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo de revista. Cultura. Turismo. Estrada de ferro

### **1 – INTRODUÇÃO**

Uma viagem, independente da finalidade (a trabalho ou a lazer) e do meio utilizado (carro, ônibus, avião, trem etc), é um momento peculiar que envolve diversos tipos de sensações e sentimentos. Expectativas, ansiedade, paciência são alguns deles. Sendo a viagem por trem, este momento tende a ser ainda mais especial. Ela envolve um tempo maior no deslocamento e isso pode vir a ser um fator relevante no contexto

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Customizada. (conjunto/série)

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e graduada no Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

<sup>4</sup> Aluno do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

<sup>5</sup> Aluno do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

<sup>6</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email [trineto.prof@newtonpaiva.br](mailto:trineto.prof@newtonpaiva.br)

no qual pretendemos trabalhar. Além disso, o baixo investimento financeiro dos passageiros faz com que o trem seja acessível a um maior número de pessoas.

O trem sai de Minas Gerais e chega ao Espírito Santo, passando por cidades históricas, numa viagem de 664 quilômetros entre a origem e o destino que dura, aproximadamente, 13 horas. Ao longo do trajeto estão dispostas trinta paradas onde circulam em média 1 milhão de pessoas por ano.

Podemos notar que, atualmente, muitos meios de comunicação, em sua maioria mídias impressas, tratam do tema Cultura/Turismo de forma superficial. A abordagem se limita às paisagens e destinos a que estão relacionadas, sendo apresentado um mero resumo dos lugares. Não há aprofundamento do conteúdo nas matérias. O que nos leva a perceber que o único motivo de existirem esses meios é simplesmente para atrair público ao destino turístico em questão.

## **2 – OBJETIVO**

Sua finalidade é retratar os aspectos das regiões e fomentar o desenvolvimento cultural, turístico e histórico das cidades que compõem o trajeto. Com o intuito de suprir a falta de uma publicação que atenda o público da rota ferroviária, a revista pretende ser um norteador dos possíveis trajetos que o passageiro tem à sua disposição ao longo da viagem, sem se limitar, estritamente, ao foco turístico, e sim também, evidenciar o contexto cultural das cidades ligadas pela rota.

Este trabalho preza pela importância de mostrar que existem cidades com poder cultural e turístico ainda pouco explorados. E que apesar de não estarem nos circuitos turísticos hoje vigentes, não deixam de ter seus atrativos. As matérias serão apresentadas de forma objetiva, sem que a publicação se pareça com um ‘diário de bordo’.

O projeto será exposto em edições periódicas mensais, em formato de revista. O suporte jornalístico escolhido justifica-se por diversos fatores. Além do fácil manuseio, o suporte de revista é mais atrativo, pois o projeto apresenta também o tema turismo, logo as fotografias (que são de extrema importância para esta área) das matérias serão beneficiadas pela qualidade do papel. Este beneficiará ainda a impressão, garantindo uma de leitura de texto e de imagem diferente de outros meios de comunicação impressos.

As pautas serão apresentadas de forma abrangente, porém não menos carente de conteúdo. Podemos citar como exemplo uma pauta abordando a escolha dos passageiros por essa modalidade de transporte. A linguagem será mais informal para melhor atingir o público alvo. No entanto, com assuntos que despertem novos conhecimentos para o leitor e com fácil compreensão. As matérias terão o enfoque nos temas que envolvem as cidades que se localizam no entorno desta rota apresentando suas particularidades, por meio dos conceitos de sociabilidade. E ainda seus traços culturais, econômicos e sociais.

### **3 – JUSTIFICATIVA**

Desejamos que os usuários do transporte ferroviário tenham uma publicação mensal, em formato revista, que aborde os aspectos turísticos, econômicos, culturais, sociais e políticos das cidades ligadas pela rota ferroviária Belo Horizonte-Vitória, hoje, administrada pela Vale S/A. E que, além disso, leve conhecimento, entretenimento e prestação de serviço.

A revista atenderá um público altamente potencial à leitura, em virtude do tempo de deslocamento do trem ao longo do trajeto. Isto, comparando-se aos demais meios de transporte.

Este trabalho, portanto, vem contribuir para leitores interessados em turismo, cultura e prestação de serviço de interesse público, além de trazer uma abordagem acadêmica crítica para a especialização do jornalismo de turismo cultural, quanto à forma de abordagem dos meios e os métodos de produção dessas matérias relacionadas à área. Prezando sempre por uma abordagem mais jornalística e menos publicitária.

#### **3.1 História das linhas ferroviárias no Brasil**

As primeiras linhas ferroviárias no Brasil tinham a intenção de transportar minério de ferro e produtos agrícolas para movimentar a economia das cidades do interior e levar estes produtos para os grandes centros urbanos. Durante anos, nas estações por onde o trem passava, ele levava progresso para as cidades destas regiões.

Atualmente, há no Brasil uma única estrada de ferro que faz o transporte diário de passageiros. O trem circula entre Belo Horizonte (MG) e Vitória (ES), transportando

aproximadamente três mil pessoas por dia. Criada em 1904, desde os anos de 1940, a Estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM) pertence à Companhia Vale S/A.

Um dos destaques que esta linha ferroviária traz consigo é a questão cultural agregada a ela, pois neste trajeto as pessoas tem possibilidade de se conhecerem e, com isso, trocar experiências, aproximar-se e conhecer outros tipos de cultura/costumes, de uma determinada região, diferente da sua. Além disso, ela serve também como ligação entre dois Estados (Minas Gerais e Espírito Santo) possibilitando, desta maneira, o transporte de pessoas com um preço bem acessível.

#### **4 - MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A cultura é a forma com que o homem se relaciona no seu ambiente. Para isso, ele vai utilizar a sua racionalidade e seus conhecimentos adquiridos no mundo que o cerca. Adiante, podemos citar alguns elementos culturais que identificam uma comunidade: suas crenças, a religião, os costumes, comportamentos comuns e valores morais e éticos.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica que serviu de orientação no decorrer do trabalho. Para isso, utilizamos a biblioteca e laboratórios da faculdade para auxiliar na sua elaboração. Antes de iniciar o projeto, foi de extrema importância a pesquisa de concorrência, servindo de referência no percurso.

Para o trabalho a ser desenvolvido, esta linha ferroviária foi de extrema importância. Durante a viagem abordamos passageiros e funcionários do trem e das estações, para obter informações, como: periodicidade com que viajam, o motivo de escolherem o trem como meio de transporte, as relações construídas durante as viagens, qual a importância da existência deste.

Também foi explicitado durante as entrevistas a opinião dos passageiros e funcionários a respeito dos aspectos gerais da viagem, por exemplo, conservação dos vagões, qualidade dos serviços prestados, higienização, satisfação em ter escolhido o trem como meio de transporte.

Contudo, alguns recursos serão necessários para o bom andamento do projeto. Uma questão a ser observada são os parceiros, um recurso essencial para o custeio das despesas do projeto, uma vez que há necessidade de impressão da revista, planejamento gráfico, custo de distribuição e de mão-de-obra.

## **5 - DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

### **5.1 Projeto gráfico**

- Periodicidade: Mensal
- Distribuição: A distribuição será feita gratuitamente nas estações de embarque/desembarque por onde o trem passa.
- Publicidade: Prefeituras; Secretarias de Turismo; Hotéis e pousadas; Empresas de Turismo; comerciantes.
- Tiragem: 7.000 exemplares.
- Formato: A4 – vertical (26,5 x 20,2).
- Papel: Couchê: Capa 180g e miolo 115g.
- Páginas: A revista tem um total de 40 páginas.
- Acabamento: Dobra e grampo, mais indicada para o número de páginas desse projeto.
- Fonte: Com serifa. Tamanho: 11,5 e entrelinha 16. Tanto a o tamanho da fonte quanto a entrelinha são maiores que o tamanho padrão para uma revista, pois o projeto gráfico foi pensado para uma leitura em movimento. Desta forma, irá facilitar para o leitor.
- Cor: Capa e miolo coloridos.As cores da revista serão de tonalidade mais suave para que o leitor não precise forçar a visão durante a leitura do conteúdo. Apesar das tonalidades, as cores são fundamentais para atingir o público ao qual a revista se destina. Somente a editoria “Trenzinho”, destinada ao público infantil, apresentará cores mais fortes.

- **Imagens:** Por se tratar dos temas Cultura e Turismo o uso de fotografia será valorizado no projeto. As fotos serão tiradas pela própria equipe, além de contar com a ajuda de colaboradores na publicação.
- **Impressão:** Para uma maior qualidade e para tentar minimizar os possíveis erros, a impressão será feita em off-set. Para a apresentação desse projeto piloto, a impressão será realizada em gráfica rápida.

## 5.2 Projeto Editorial

A Revista 13 horas está dividida em 7 editorias. São elas:

1. **Trenzinho:** Esta editoria é destinada ao público infantil. Nela são dispostas imagens para colorir e jogos para entreter as crianças durante a viagem de trem.
2. **PassaTrem:** Destinada aos adultos com passatempos e jogos que servem de descontração ao longo da viagem. Também mantém relação com os temas da revista.
3. **Coluna Cultural:** Esta seção é uma coluna, onde são convidadas personalidades da área cultural e até mesmo profissionais de jornalismo para escrever aos leitores sobre os temas abordados pela revista.
4. **Na cozinha:** Esta editoria é destinada a apresentação de receitas regionais
5. **Esporte:** Nesta editoria o leitor vai ter um contato com a natureza, por meio de matérias sobre a prática de esportes.
6. **Destino:** Esta editoria da revista tem o intuito de servir como uma espécie de "guia". São escolhidas algumas cidades e a partir dela são feitos relatos visando auxiliar o leitor quanto à uma futura visita.
7. **Da terra:** Os aspectos sociais, econômicos e culturais das cidades são apresentados com cunho diferenciado, evidenciando as particularidades de cada região.

## 6 – CONSIDERAÇÕES

Durante o processo de produção da revista *13 Horas* enfrentamos muitos desafios. Entre eles, pensar numa publicação que atenda a diversos públicos e nos deslocar entre as cidades da rota ferroviária. Fomos até o Espírito Santo e lá encontramos uma riqueza cultural equivalente a existente em Minas Gerais. Há muitas histórias ainda não contadas em toda essa extensão de terra. E foi visando preencher essa lacuna que a revista *13 Horas* foi idealizada.

Esbarramos em diversas questões que nos fizeram refletir. A proposta de atender um público altamente diverso e não-segmentado nos fez pensar em quão importante é o nosso trabalho e o que a revista *13 Horas* vai representar para esse público. O intuito da publicação é enriquecer ainda mais uma viagem que por si só se justifica. Porém, a possibilidade de contar de uma forma inovadora e atraente é o que nos motiva.

Nossa revista não servirá apenas como um guia turístico. Ela será uma companheira daqueles que se disponibilizem a embarcar numa viagem que proporciona sensações e experiências únicas para cada passageiro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AS MINAS GERAIS. **Cultura em Minas**. Disponível em: <[http://www.asminasgerais.com.br/frame.asp?urlconteudo=http%3A%2F%2Fwww%2Easminasgerais%2Ecom%2Ebr%2Ffrio\\_doce%2Ftecer%2Fefvm%2Farea%2Ehtm](http://www.asminasgerais.com.br/frame.asp?urlconteudo=http%3A%2F%2Fwww%2Easminasgerais%2Ecom%2Ebr%2Ffrio_doce%2Ftecer%2Fefvm%2Farea%2Ehtm)>. Acesso em 20 de setembro de 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI Escolar: O minidicionário da língua** [et al]. 4 ed. rev. Ampliada. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LAGE, NILSON. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5 ed. Rio de Janeiro, 2005.

MEDINA, CREMILDA DE ARAÚJO. **Entrevista: o diálogo possível**. 4 ed. São Paulo: Ática, 2000.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento.** Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.

PESSATTE, Adriana. **Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências/** [organizadora] Adriana Pessatte Azzolino. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural.** 2 Ed. São Paulo: Contexto, 2004 (Coleção Comunicação).

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia.** 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia.** 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

**VALE, Logística.** Disponível em: <<http://www.vale.com/pt-br/o-que-fazemos/logistica/trens-de-passageiros/estrada-de-ferro-vitoria-a-minas/paginas/default.aspx>>. Acesso em 09 de agosto de 2011.

VEREDAS JORNALISMO, **Revista Sagarana. Turismo e Cultura em Minas Gerais.** Disponível em: <<http://www.revistasagarana.com.br/revista.htm>>. Acesso em 10 de agosto de 2011.