



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

RÍZIA SANTOS DAVID

REVISTA BRASIL TOUR

GOIÂNIA

2025

RÍZIA SANTOS DAVID

REVISTA BRASIL TOUR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Escola de Direito, Negócios e Comunicação, da
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como
parte do requisito para a obtenção do
bacharelado em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Ma. Gabriella Luccianni
Moraes Souza Calaça

GOIÂNIA

2025

RÍZIA SANTOS DAVID

REVISTA BRASIL TOUR

Data da Defesa: 09 de dezembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça
Presidente da banca

Prof. Dr. Rogério Pereira Borges
Avaliador

Profa. Ma. Sabrina Moreira de Morais Oliveira
Avaliadora

GOIÂNIA

2025

DEDICATÓRIA

Em primeiro lugar, dedico a Deus, que em toda esta jornada acadêmica me sustentou, fortaleceu, abriu caminhos e transformou em realidade experiências que um dia foram apenas sonhos. Sempre acreditei que me graduar em Jornalismo era um propósito de Deus para minha vida, e sou profundamente grata por ter a oportunidade de vivê-lo. A Ele, toda honra e toda glória.

Se eu chegar longe algum dia, será porque Deus fortaleceu os braços dos meus pais para me impulsionarem, e, felizmente, esses braços sempre estiveram estendidos para mim. Por isso, dedico, com todo o meu coração, aos meus pais, Oliveira e Vera, meus maiores apoiadores e incentivadores. Eles são a fonte da minha motivação para sempre ir além. Sem o amor incondicional, o cuidado e o suporte de ambos, não seria possível realizar conquistas tão significativas, como a graduação com honra e a concretização de tantos sonhos.

Dedico também ao meu irmão mais novo, Oliveira Júnior, que sempre esteve ao meu lado, nos dias confusos e de lágrimas, e nos dias leves e felizes. E sei que sempre será assim. Somos parceiros de vida, para sempre.

Dedico, ainda, a todos aqueles que amam viajar, assim como eu, pessoas que, ao explorar um novo destino, não descubrem apenas novos horizontes, mas também novas versões de si mesmas. Que cada viagem revele caminhos, lugares e almas, inclusive a nossa.

AGRADECIMENTO

Agradeço ao Lucas por transformar rotina em cuidado, abraço em porto seguro e vida em parceria. Sou grata por você segurar minhas mãos, por transbordar palavras de afirmação sobre mim, e por sempre acreditar, sem hesitar, em tudo o que faço. É um privilégio ser amada por você.

Aos meus queridos amigos da Universidade, Sarah e Vitor, que foram força e companheirismo ao longo de toda esta trajetória. Hoje reconheço que uma das minhas maiores bênçãos é estar cercada por pessoas tão boas, generosas e especiais. Vocês são, sem dúvida, parte essencial do meu apoio e da leveza dos meus dias.

À minha professora, Gabriella Luccianni, que me orientou durante toda a graduação e, em especial, neste trabalho. Uma verdadeira especialista no que faz, ela seguiu minhas mãos e me guiou com sabedoria e paciência durante todos esses anos. Este trabalho, em particular, não existiria sem sua orientação, confiança e cuidado. Sou profundamente grata por nosso encontro.

Meu agradecimento aos professores que fizeram parte do corpo docente de Jornalismo. O empenho, dedicação, entusiasmo e incentivo de vocês foram fundamentais para que eu pudesse explorar novos horizontes e construir um caminho profissional. Obrigada por serem mentores, referência e inspiração ao longo dessa trajetória.

A cada pessoa que, de alguma forma, fez parte desta caminhada, deixo o meu mais sincero e profundo agradecimento.

“Quanto mais longe vou, mais perto de mim eu fico.”

Andrew McCarthy

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é apresentar a revista Brasil Tour, uma publicação segmentada dedicada ao turismo nacional, cuja proposta é abordar, em cada edição, um estado brasileiro. O estudo fundamenta-se em referenciais teóricos sobre jornalismo de revista, gêneros jornalísticos, design editorial e mercado, articulando esses conhecimentos à produção prática do produto. A pesquisa também explora o turismo como fenômeno social, cultural e econômico, destacando sua relevância para o desenvolvimento regional e para a comunicação. A partir da análise de revistas do segmento e da construção de reportagens, entrevistas, fotografias e projeto gráfico, o trabalho integra teoria e prática, resultando na primeira edição da revista.

Palavras-chave: Revista; Turismo; Jornalismo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
1 JORNALISMO DE REVISTA.....	11
1.1 CONCEITO, CARACTERÍSTICAS E BREVE HISTÓRICO.....	11
1.2 ESTILO.....	13
1.3 GÊNEROS.....	16
1.3.1 Gênero Opinativo	18
1.4 DESIGN.....	23
1.5 LEITOR.....	29
1.6 MERCADO.....	31
1.7 REVISTA DIGITAL.....	33
2 REVISTA BRASIL TOUR.....	35
2.1 TURISMO.....	35
2.2 ANÁLISE DE PUBLICAÇÃO NA ÁREA.....	38
2.3 PROJETO DA REVISTA BRASIL TOUR.....	42
2.3.1 Nome e Identidade Visual.....	43
2.3.2 Público-alvo	47
2.3.3 Linha editorial	48
2.3.4 Design	50
2.3.5 Espelho da primeira edição.....	54
MEMORIAL	63
CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

INTRODUÇÃO

O turismo tem se consolidado como um dos fenômenos sociais e econômicos mais dinâmicos do mundo, impulsionado pelo acesso à informação, pela expansão das tecnologias digitais e pelo crescente interesse por experiências de viagem personalizadas. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), 2024 marcou a recuperação total do setor após a pandemia, com o turismo global retomando 98%¹ do seu nível pré-pandemia. No Brasil, a chegada de visitantes estrangeiros atingiu recorde histórico: 6,7 milhões de turistas, de acordo com a Embratur (2024).² Esses números evidenciam a força do setor e seu papel estratégico para a economia, a cultura e o desenvolvimento regional.

O turismo cumpre uma função social essencial ao promover encontros culturais, preservar identidades e estimular a valorização dos patrimônios naturais e históricos. O turista contemporâneo busca experiências mais completas, que integrem informação, emoção e pertencimento, e, nesse contexto, o jornalismo e os produtos editoriais têm papel fundamental. A produção de conteúdos especializados contribui para ampliar o acesso a destinos ainda pouco conhecidos, fortalecer a imagem turística das regiões e oferecer narrativas que coloquem o leitor no centro da experiência.

Considerando esse cenário, a revista impressa Brasil Tour surge como um produto editorial em que cada edição é inteiramente dedicada a um estado brasileiro, explorando suas cidades, histórias, belezas naturais, manifestações culturais, personalidades, gastronomia e experiências turísticas. Ao unir linguagem leve, design sofisticado e apuração jornalística, a publicação propõe uma experiência de leitura envolvente, alinhada às tendências do mercado e ao perfil do viajante contemporâneo.

O objetivo central deste trabalho é desenvolver um produto jornalístico segmentado, capaz de comunicar destinos turísticos brasileiros por meio de recursos próprios do jornalismo de revista, como a escrita interpretativa, o estilo narrativo e o uso estratégico de imagens.

A metodologia de produção iniciou-se com o levantamento da fundamentação teórica sobre o jornalismo de revista (abrangendo conceito, história e características), com base nos estudos de Vilas Boas (1996) e Scalzo (2004). Em seguida, o gênero de Jornalismo Opinativo foi compreendido a partir das contribuições de Marques de Melo (2003). O design editorial foi estudado com apoio dos referenciais de Rossi (2008) e Costa (2016), enquanto a compreensão do mercado de revistas se deu por meio das análises de

¹ Setor do turismo recupera 98% dos níveis pré-pandemia | ONU News

² Brasil encerra 2024 com mais de 6,7 milhões de turistas estrangeiros, alta de 14,6% — Ministério do Turismo

Pezzin (2023). Por fim, o aprofundamento sobre o turismo foi embasado pelos trabalhos de Avighi (1992) e Rabahy (2020).

Para o planejamento da publicação, foi realizada a análise da revista Qual Viagem, referência brasileira no segmento, com o intuito de compreender estratégias editoriais, visuais e narrativas aplicadas ao mercado. Por fim, iniciou-se a produção da revista Brasil Tour, envolvendo a definição da identidade visual, o desenvolvimento das pautas, a realização das entrevistas, a redação das reportagens, a seleção de imagens e a diagramação final. A primeira edição possui 64 páginas, com entrevistas, reportagens e textos opinativos.

1 JORNALISMO DE REVISTA

Neste capítulo, são apresentados o conceito, a história e as características do Jornalismo de revista, com base nos estudos de Vilas Boas (1996) e Scalzo (2004). Marques de Melo (2003) oferece as bases para a compreensão do Jornalismo Opinativo, tão importante nas revistas. As reflexões sobre design são conduzidas a partir de Scalzo (2004), Rossi (2008) e Costa (2016); enquanto as discussões sobre o mercado têm como referência os estudos de Scalzo (2004) e Pezzin (2023).

1.1 CONCEITO, CARACTERÍSTICAS E BREVE HISTÓRICO

As revistas possuem uma dinâmica particular dentro do jornalismo, exigindo de seus profissionais uma escrita elegante e sedutora. Diferente do jornalismo diário, que prioriza a objetividade, o texto de revista busca ir além da simples informação, combinando pesquisa, documentação e um estilo narrativo envolvente. O resultado é um conteúdo prazeroso de ler, que escapa da padronização do noticiário cotidiano e se estabelece como uma experiência única para o leitor (Vilas Boas, 1996).

O jornalismo de revista tem uma trajetória marcante na história da comunicação, consolidando-se como um meio que alia informação e análise aprofundada. As revistas diferenciam-se dos jornais por sua abordagem mais interpretativa e detalhada. Essa característica permite que as revistas atuem não apenas como veículos informativos, mas também como formadoras de opinião, mas nem sempre foi assim (Scalzo, 2004).

A primeira publicação considerada uma revista surgiu em 1663, na Alemanha, com vários artigos sobre um mesmo assunto – teologia – e era voltada para um público específico, intitulada “Edificantes Discussões Mensais”. No século XIX, a *Illustrated London News* (1842) inovou ao incorporar ilustrações para complementar os textos, tornando-se a primeira revista ilustrada. Esse avanço abriu caminho para publicações que passaram a investir em narrativas visuais mais ricas e sofisticadas (Scalzo, 2004).

O século XIX foi decisivo para a consolidação das revistas como mídia de massa. Com o avanço da impressão em larga escala e a redução dos custos de produção, as revistas deixaram de ser exclusivas das elites intelectuais e passaram a alcançar também a classe média, tornando-se um meio de comunicação mais democrático e acessível. No Brasil, a revista *O Cruzeiro* (1928) tornou-se uma das mais influentes, com estética

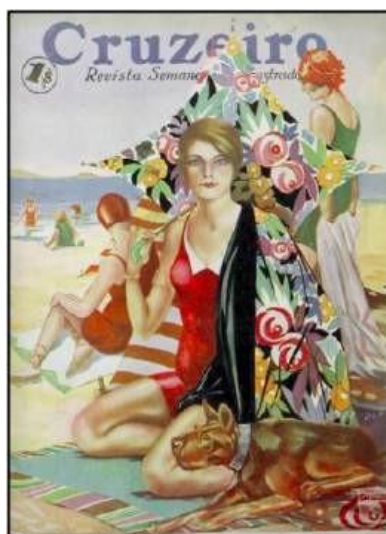
inovadora e forte apelo visual. Sua popularidade demonstrou como as revistas passaram a ter um papel fundamental na construção da identidade cultural do país (Scalzo, 2004).

Figura 1 - Capa da revista *O Cruzeiro* nº 1 de 10 de novembro de 1928.



Fonte: Wikimedia Commons.

Figura 2 - Capa da revista *O Cruzeiro* nº 6 de 15 de dezembro de 1928.



Fonte: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/330>

Com o passar dos anos, diversos segmentos ganharam espaço no mercado editorial, consolidando revistas voltadas especificamente para públicos distintos, como o feminino, o masculino e o jovem (Scalzo, 2004). Esse tipo de segmentação permite que cada publicação explore temas e abordagens alinhados aos interesses de sua audiência.

Um exemplo disso são as revistas femininas, que focam em moda, beleza, comportamento e estilo de vida. A *Vogue*³, por exemplo, é uma das publicações de moda mais influentes do mundo, presente em mais de 90 países. No Brasil desde 1975, tornou-se referência em sofisticação e tendências. Já a *Claudia*⁴, uma das principais revistas da Editora Abril, tem mais de 50 anos de história e se destaca por, além de moda e beleza, abordar também temas como carreira, família e empoderamento feminino, refletindo a evolução dos interesses do público ao longo do tempo.

Além disso, revistas como *Time*, *Life* e *The New Yorker* tiveram um impacto global significativo, estabelecendo novos padrões de qualidade jornalística. No Brasil, a *Veja*⁵ e a *Época*⁶ consolidaram-se como referências no jornalismo de revista, abordando temas políticos, econômicos e culturais com profundidade (Scalzo, 2004).

Diferente dos jornais, que focam no imediatismo da informação e na cobertura de acontecimentos diários, e dos livros, considerados fontes mais profundas de conhecimento e reflexão, as revistas ocuparam um espaço intermediário no mercado editorial. Elas oferecem conteúdos diversificados em um formato atrativo, acessível e visualmente envolvente. Essa característica permite que as revistas atendam a diferentes interesses e públicos, equilibrando informação, entretenimento e identidade visual de maneira única (Scalzo, 2004).

1.2 ESTILO

Enquanto os jornais prezam pela imparcialidade e objetividade, as revistas permitem uma escolha de tonalidade mais variada – humor, drama, tensão, entre outros. Além disso, um texto de revista jamais é neutro; ele possui uma angulação definida, conduzindo a narrativa com um ponto de vista que, embora não seja opinião, carrega uma interpretação do contexto abordado (Vilas Boas, 1996).

A construção textual deve ser cativante, levando em conta não apenas a informação, mas também a experiência do leitor. Uma reportagem de revista é, muitas vezes, um documento histórico, exigindo profundidade e um ritmo envolvente. O leitor

³ <https://www.vogue.com/>

⁴ <https://claudia.abril.com.br/>

⁵ <https://veja.abril.com.br/>

⁶ <https://oglobo.globo.com/epoca/>

de revistas é exigente, busca uma boa história, e cabe ao jornalista corresponder a essa expectativa com um texto bem elaborado e narrativamente rico (Vilas Boas, 1996).

Essa exigência estética e narrativa das revistas dialoga diretamente com o papel do repórter como mediador inteligente da realidade. Para além da apuração factual, o jornalista precisa compreender o ambiente, captar nuances e organizar os dados com sensibilidade. Isso lhe permite ordenar melhor as informações e distinguir o que é relevante, transformando o texto em uma narrativa significativa para o leitor (Lage, 2001).

Ao contrário da simples transmissão de dados, a reportagem envolve a mediação entre os fatos e o público, feita por um profissional que precisa “modelar para si mesmo a realidade” antes de comunicá-la ao leitor. Lage (2001, p. 19) afirma que “a essência do jornalismo [...] é partir da observação da realidade (do que ela tem de singular), esteja ou não conforme alguma teoria”, o que reforça o caráter investigativo e autônomo do repórter na busca por sentido nos acontecimentos.

O papel do repórter é interpretar os sinais do mundo e convertê-los em linguagem acessível e relevante ao público, o que inclui a capacidade de ter *insight*, ou seja, uma percepção intuitiva que permite identificar temas latentes e ângulos inusitados. A reportagem ultrapassa o simples relato, trata-se de organizar a realidade com base em critérios próprios do jornalismo, como relevância, interesse público e contextualização. Dessa forma, a reportagem se firma como uma forma de conhecimento que, além de informar, também interpreta e traduz o mundo em linguagem compreensível ao leitor (Lage, 2001).

Um exemplo é a reportagem “Bonito e as maravilhas da natureza⁷”, publicada pela revista *Qual Viagem*, em 19 de março de 2025. O texto apresenta Bonito, no Mato Grosso do Sul, como um destino turístico singular, com informações sobre os passeios e a infraestrutura local, mas também envolvendo o leitor em uma narrativa que destaca a beleza natural e a experiência única que o local proporciona.

A reportagem inicia criando um impacto visual e sensorial.

Conhecida como a capital brasileira do ecoturismo, Bonito é o endereço de alguns dos cenários mais exuberantes do Brasil, entre nascentes, rios cristalinos, grutas e cachoeiras. É um destino que promete grandes surpresas e experiências inesquecíveis e que pode ser visitado em qualquer época do ano. (Revista Qual Viagem, 2025).

⁷ <https://www.qualviagem.com.br/bonito-e-as-maravilhas-da-natureza/>

O trecho demonstra o cuidado com a linguagem e a riqueza descritiva que prendem a atenção do leitor desde o início. Esse tipo de construção textual exemplifica a necessidade de uma narrativa rica e bem estruturada para envolver o leitor, como argumentado por Vilas Boas (1996). A reportagem não se limita a descrever passeios e serviços, mas oferece uma experiência imersiva, capaz de despertar o desejo de experiência no leitor.

O texto de revista vai além do relato de acontecimentos; ele os analisa, os contextualiza e os apresenta de forma que provoque reflexão. A boa reportagem é aquela que consegue equilibrar objetividade e ética com uma abordagem envolvente e instigante. Dessa forma, o jornalismo de revista se torna uma ferramenta essencial para quem busca se informar e entender os desdobramentos e impactos dos eventos que moldam a sociedade (Vilas Boas, 1996).

Cada revista possui seu próprio estilo, definido pelo público que deseja alcançar. Vilas Boas (1996, p. 33) observa que “o estilo está vinculado ao tempo, ao espaço, à interpretação que o autor dá às suas experiências, leituras e a toda sua relação com o que o cerca”. Apesar de compartilhar fundamentos com o jornalismo diário, a linguagem das revistas tende a ser mais acessível, combinando técnica com improvisação. Diferente dos jornais, onde a informação precisa estar nas primeiras linhas do texto, a revista pode explorar aberturas mais envolventes e criativas. Essa liberdade narrativa permite diferentes formas de introdução, como descrições, histórias pessoais, declarações impactantes e até mesmo trocadilhos ou paradoxos.

O estilo textual das revistas se diferencia pela possibilidade de aprofundamento e experimentação na escrita, permitindo a construção de cenas, a utilização de metáforas e a humanização dos temas abordados. A flexibilidade na escolha das palavras e na estruturação dos textos dá ao jornalista a chance de criar uma experiência de leitura mais envolvente e diferenciada (Scalzo, 2004).

A revista também se diferencia do jornal no que diz respeito à periodicidade, ao permitir uma abordagem mais interpretativa e menos factual. Isso possibilita a exploração de matérias que vão além da notícia, como perfis, debates e reportagens documentais (Vilas Boas, 1996).

1.3 GÊNEROS

O jornalismo de revista abrange dois principais gêneros: o informativo e o opinativo. Enquanto o primeiro se preocupa com a apuração dos fatos e a transmissão objetiva da informação, o segundo se aprofunda na interpretação dos acontecimentos, oferecendo análises e juízos de valor sobre temas relevantes (Melo, 2003).

Reportagens, perfis e entrevistas são exemplos de textos informativos que buscam oferecer ao leitor um entendimento aprofundado sobre determinado assunto. Segundo Marques de Melo (2003), esse tipo de jornalismo tem como principal compromisso a precisão das informações, estruturando-se com base em fontes verificáveis e múltiplas perspectivas.

Entre os formatos informativos, a entrevista se destaca por seu potencial de diálogo e sua capacidade de revelar aspectos subjetivos do entrevistado, que muitas vezes não emergem em outros gêneros jornalísticos. A entrevista como gênero promove uma comunicação mais humanizada, permitindo que o conteúdo informativo se manifeste por meio da vivência, da subjetividade e da linguagem do próprio entrevistado (Medina, 1986).

Quando realizada com abertura e sensibilidade, a entrevista jornalística permite que entrevistador e entrevistado se transformem mutuamente, criando um espaço de comunicação que ultrapassa o simples registro de dados. Deve ser compreendida como um “ato comunicacional de profundidade”, em que o jornalista questiona, escuta, interpreta e constrói sentido junto ao outro (Medina, 1986).

Essa dimensão mais profunda da entrevista pode ser observada em produções jornalísticas que vão além do questionamento objetivo, permitindo ao leitor conhecer nuances da personalidade e das motivações do entrevistado. Um exemplo disso são entrevistas publicadas em revistas de grande circulação, como a *Veja*, que frequentemente explora aspectos pessoais e profissionais de figuras públicas. A seguir, trechos de uma entrevista com o ator e cantor Joe Keery ilustram como a escuta atenta e perguntas bem elaboradas podem revelar camadas mais subjetivas do entrevistado:

Figura 3 - Trecho de entrevista da revista *Veja* em 10 de março de 2025.

Você planeja se dedicar inteiramente à música, ou a atuação é algo que você quer fazer por um longo tempo também? Sim, eu irei fazer tudo isso, se puder. Até se eu conseguir outro emprego, vou continuar fazendo isso. E música também. É uma grande forma de expressão para mim. Creio que sou uma pessoa muito criativa, gosto de fazer projetos, seja trabalhar em um álbum, em uma série com um grupo de pessoas ou em pequenos projetos. Eu simplesmente amo fazer pequenos projetos. Então, provavelmente não vai parar por aí. Gosto de fazer coisas além de música e atuação também. *Stranger Things* acabou, então vai ser interessante observar o que vai acontecer agora. Eu não sei exatamente e não tenho planos para isso. Então espero que, no fim do dia, eu possa apenas continuar sendo criativo e ter essas oportunidades, pois é um grande privilégio.

Fonte: <https://veja.abril.com.br/coluna/o-som-e-a-furia/astro-de-stranger-things-que-virou-cantor-espero-que-me-levem-a-serio/>

Como prática jornalística, a entrevista também carrega potencial democrático. Ao abrir espaço para diferentes vozes, especialmente aquelas fora dos centros tradicionais de poder, ela contribui para a pluralização do debate público. Em vez de se restringir às fontes oficiais ou recorrentes, a entrevista pode assumir uma escuta mais sensível e abrangente, capaz de reconhecer o valor do testemunho anônimo e das experiências humanas como elementos legítimos e essenciais da construção informativa (Medina, 1986).

Dentre os formatos informativos, a nota caracteriza-se pela brevidade e pela objetividade. Sua função central é informar de maneira imediata, transmitindo ao leitor apenas os dados indispensáveis para que compreenda o fato. Por isso, é comum que notas abordem eventos pontuais, pequenas atualizações ou comunicados de interesse rápido, compondo blocos informativos frequentes nas revistas (Lage, 2001).

A reportagem, por sua vez, ocupa um lugar mais amplo e complexo dentro dos gêneros informativos. Nilson Lage (2001, p. 17) aponta que a reportagem “não se trata apenas de acompanhar o desdobramento de um evento, mas de explorar suas implicações, levantar antecedentes - em suma, investigar e interpretar”. A reportagem articula múltiplos elementos, como descrição, análise, dados, relatos e vozes diversas, para oferecer uma visão aprofundada e interpretativa do tema tratado ao leitor. Por essa razão, é um dos pilares do jornalismo de revista, que valoriza a exploração de temas com maior profundidade narrativa e informacional.

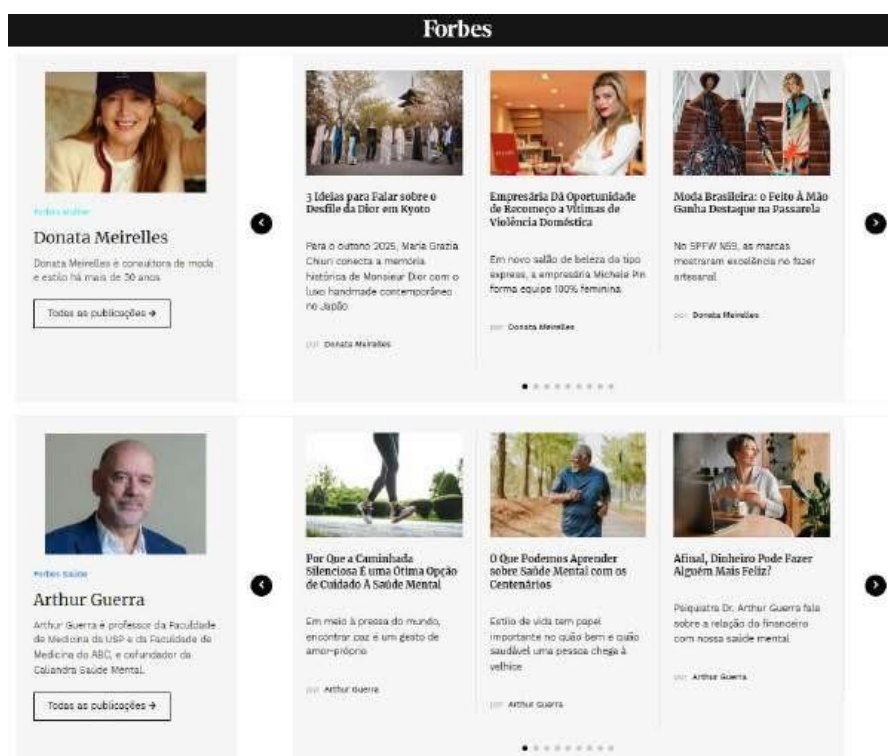
1.3.1 Gênero Opinativo

No jornalismo opinativo, o autor assume uma posição crítica em relação aos temas abordados. Artigos, editoriais, resenhas e crônicas são exemplos de textos que se inserem nesse gênero, apresentando argumentações fundamentadas e persuadindo o leitor sobre determinado ponto de vista (Melo, 2003).

O jornalismo opinativo é fundamental para a formação do pensamento crítico da sociedade, pois amplia o debate público ao fornecer diferentes perspectivas sobre um mesmo tema. No jornalismo de revista, a opinião está presente nos editoriais e artigos assinados, mas também na própria escolha de pautas e na forma como as reportagens são conduzidas. Essa presença se manifesta na seleção de fontes, no tom adotado e na abordagem dos temas, conferindo às revistas um papel de influência na formação de opinião dos leitores. Os principais formatos opinativos são: coluna, resenha, artigo de opinião, comentário, crônica, participação do leitor e opinião ilustrada (Melo, 2003).

Coluna: É um espaço assinado por um jornalista ou especialista, que expressa análises sobre diversos temas com um estilo próprio e regularidade fixa. As colunas podem abordar política, economia, cultura ou esportes, refletindo a opinião e interpretação do autor sobre os fatos. Um exemplo é a coluna da revista *Forbes*, que apresenta autores como Donata Meirelles, especializada em moda e comportamento, e Arthur Guerra, médico e professor que escreve sobre saúde mental e qualidade de vida. Cada colunista tem um espaço dedicado, com publicações que abordam temas de interesse sob uma perspectiva pessoal e analítica, mantendo uma identidade autoral e contribuindo com conteúdo reflexivo para os leitores.

Figura 4 – Print das colunas da revista *Forbes*.



Fonte: <https://forbes.com.br/forbes-colunas/>

Resenha: Consiste em um texto crítico que avalia obras culturais, como livros, filmes e espetáculos. A resenha combina descrição e julgamento, oferecendo uma análise aprofundada baseada em argumentos e referências. Assim como no exemplo da resenha publicada na revista *Caras* sobre o álbum *UTOPIA*, do rapper Travis Scott. A matéria apresenta a obra, contextualiza, destaca suas características e oferece uma opinião crítica que orienta o leitor.

Figura 5 - Print do título e subtítulo de uma resenha da revista *Caras*.

MÚSICA / CRÍTICA

Crítica: UTOPIA, de Travis Scott, é obscuro e sentimental, mas não para qualquer um

Visivelmente inspirado por Kanye West, Travis Scott lança álbum excepcional e inovador com participações estreladas

Fonte: <https://caras.com.br/musica/critica-utopia-de-travis-scott-e-obscuro-e-sentimental-mas-nao-para-qualquer-um.phtml>

Artigo de Opinião: Apresenta uma análise argumentativa sobre temas relevantes, fundamentada em dados e fatos. Seu objetivo é persuadir o leitor, construindo uma argumentação sólida para sustentar um ponto de vista. Um exemplo é a seção de Opinião da revista *Superinteressante*, que traz textos assinados pelo jornalista Bruno Vaiano. Os títulos são provocativos e revelam uma postura crítica diante de temas atuais e históricos.

Figura 6 – Print dos artigos de opinião da revista *Superinteressante*.



Fonte: <https://super.abril.com.br/opiniao/>

Comentário: É uma reflexão mais breve e subjetiva sobre acontecimentos recentes. Diferente do artigo de opinião, o comentário tem um tom mais direto e informal, expressando uma interpretação concisa do tema abordado. Como é exemplificado no texto publicado na seção “Nossa Palavra – Março 2023”, em homenagem ao Mês da Mulher. A autora faz uma reflexão pessoal sobre a importância das mulheres na sociedade, valorizando suas histórias e conquistas com um tom afetivo e informal.

Figura 7 – Print de um comentário do jornal *O Popular*.

Tecnologia e inovação



Redação O POPULAR

20 de novembro de 2025 às 21:38

Modificado em 20/11/2025, 22:32

ouvir matéria

▶ 0:00 / 1:16

Goiânia sedia dois importantes eventos sobre tecnologia e inovação. A Campus Party Goiás e a Cúpula Internacional de Ética e Inteligência Artificial --- Etos I.A. reúnem palestras, workshops, startups e pensadores em um mesmo espaço, criando um ambiente estimulante para a criatividade, o desenvolvimento e a projeção do futuro.

Ao promover dois encontros desse porte, Goiás pavimenta mais um caminho para se tornar protagonista na área. A Campus Party é realizada em mais de 70 países. Em Goiânia, teve sua primeira edição em 2019 e, desde então, se consolidou e cresceu.

A Etos I.A., por sua vez, é uma iniciativa inédita. Ao reunir intelectuais como Luc Ferry e Clóvis de Barros Filho, propõe-se a aprofundar a reflexão sobre o impacto da tecnologia na humanidade, para além dos aspectos meramente instrumentais e econômicos.

Goiás foi pioneiro na implantação, pela Universidade Federal de Goiás (UFG), do primeiro curso sobre inteligência artificial em uma universidade pública brasileira. Mais recentemente, instituiu um marco legal próprio para fomentar a inovação.

São passos decisivos que podem colocar o estado como um importante ator na economia do conhecimento.

Fonte: O Popular (2025)

Crônica: Caracteriza-se por sua abordagem leve e narrativa, explorando o cotidiano com um tom pessoal e, muitas vezes, humorístico. Pode misturar elementos ficcionais com observações da realidade, proporcionando uma leitura envolvente. Um exemplo está na seção de Crônica da revista *Continente*, com títulos que já sugerem temas ligados ao cotidiano, à memória e à experiência pessoal, características típicas da crônica.

Figura 8 – Print das Crônicas da revista *Continente*.



Fonte: <https://revistacontinente.com.br/secoes/cronica>

Participação do Leitor: Refere-se aos espaços dedicados às cartas, e-mails e opiniões do público. Esse formato promove a interação entre os leitores e o veículo, permitindo a expressão de diferentes pontos de vista. Como revela o exemplo abaixo, um espaço de participação do leitor na *Revista Bioika*, dedicado à publicação de cartas e opiniões enviadas por crianças. Nesse caso, o público infantil interage com os conteúdos da revista, comentando artigos e vídeos que acharam interessantes.

Figura 9 – Print Participação do leitor da *Revista Bioika*.



Fonte: <https://revistabioika.org/pt/cartas>

Opinião Ilustrada: Manifesta-se por meio de charges, caricaturas e outros recursos gráficos. As imagens transmitem críticas e reflexões sobre temas políticos, sociais ou culturais de forma visual e impactante. Um exemplo é a charge da revista *Oeste*, onde o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, aparece em uma caricatura sentado sobre um muro, simbolizando a construção de barreiras - uma clara referência à polêmica proposta de Trump de construir um muro na fronteira entre os EUA e o México. A representação exagerada dos traços do personagem e o uso de símbolos (como o capacete com a bandeira dos EUA) reforçam a crítica política de forma visual, sarcástica e direta.

Figura 10 - Charge da revista *Oeste*.



Fonte: https://revistaoeste.com/mundo/charge-da-semana-132/#google_vignette

Dessa maneira, o jornalismo de revista equilibra os gêneros informativo e opinativo, proporcionando um conteúdo que informa e instiga a reflexão e o pensamento crítico sobre os acontecimentos que moldam a sociedade (Melo, 2003).

1.4 DESIGN

O design em revista é, antes de tudo, comunicação e informação. Ele funciona como uma ferramenta essencial para tornar tanto a publicação quanto suas matérias mais atraentes e acessíveis. Tanto quanto os jornalistas, os designers devem estar constantemente preocupados com a melhor forma - a mais clara, envolvente e legível - contar uma boa história (Scalzo, 2004).

Acompanhar as tendências é fundamental, pois elas frequentemente são influenciadas pela televisão, pelo cinema e pelas artes gráficas em geral. Como destaca Scalzo (2004, p. 69), “existem ciclos visuais, e que, usando elementos que estão completamente fora desses ciclos, muitas vezes as revistas podem parecer anacrônicas, fora do compasso de sua época”. No entanto, deve-se ter cautela com os modismos: há momentos em que as revistas tornam-se excessivamente parecidas entre si, replicando os mesmos estilos de tipografia, paletas de cores e abordagens fotográficas, o que pode comprometer sua identidade e originalidade.

O design gráfico de cada página desempenha um papel fundamental na construção da identidade visual de uma revista. Para além de sua função estética, ele auxilia na organização do conteúdo, estabelecendo hierarquias visuais que guiam o olhar do leitor e facilitam a leitura. Segundo Rossi (2008, p. 101), “o design gráfico da página forma um subsistema que participa do grande sistema de identidade visual da revista”. Esse aspecto é essencial para que a publicação seja reconhecida e se diferencie no mercado editorial, contribuindo para a fidelização dos leitores.

A tipografia, as cores e a organização dos elementos gráficos desempenham um papel essencial na forma como o leitor interage com a revista. Escolhida com base na identidade e no propósito editorial da publicação, a tipografia contribui para a clareza do conteúdo e a harmonia visual. O uso das cores, por sua vez, vai além da estética, servindo para destacar informações, segmentar seções e criar um ritmo visual agradável (Rossi, 2008).

A diagramação também influencia diretamente a experiência do leitor, pois uma distribuição equilibrada entre textos, imagens e espaços em branco pode tornar a leitura mais fluida e intuitiva. Quando bem planejados, esses elementos reforçam a identidade da revista e tornam a navegação pelas páginas mais envolvente e dinâmica, proporcionando uma comunicação eficaz e visualmente atraente (Rossi, 2008).

O exemplo a seguir mostra como uma boa diagramação facilita a leitura e torna a página mais atrativa. O uso equilibrado de textos, imagens e espaços em branco ajuda a organizar as informações e direcionar o olhar do leitor. Elementos visuais, como a bússola, reforçam o tema e a identidade da revista, tornando a leitura mais dinâmica e envolvente.

Figura 11 – Print da matéria de investimento da revista *Isto é Dinheiro*.



Fonte: <https://istoedinheiro.com.br/>

Assim, o design de revistas deve ser pensado como um elemento dinâmico, que acompanha as mudanças tecnológicas e as novas formas de consumo de informação. Com o avanço das publicações digitais, os designers precisam adaptar as estratégias tradicionais do impresso para interfaces interativas, mantendo a essência da identidade visual da publicação. O desafio do design editorial contemporâneo é equilibrar inovação e clareza, garantindo que a estética não comprometa a funcionalidade. A diagramação responsiva, a interatividade e a integração entre texto, vídeo e animação tornam-se aspectos cada vez mais relevantes para a criação de um design editorial eficiente e contemporâneo (Rossi, 2008).

O site da revista *Capricho* exemplifica bem os desafios e soluções do design editorial contemporâneo no ambiente digital. A página utiliza cores vibrantes, tipografia jovem e imagens em destaque, adaptando-se ao perfil do seu público e ao formato online. O exemplo mostra como é possível manter a identidade visual da revista enquanto se inova na forma de apresentar o conteúdo.

Figura 12 - Print página inicial do site da revista *Capricho*.

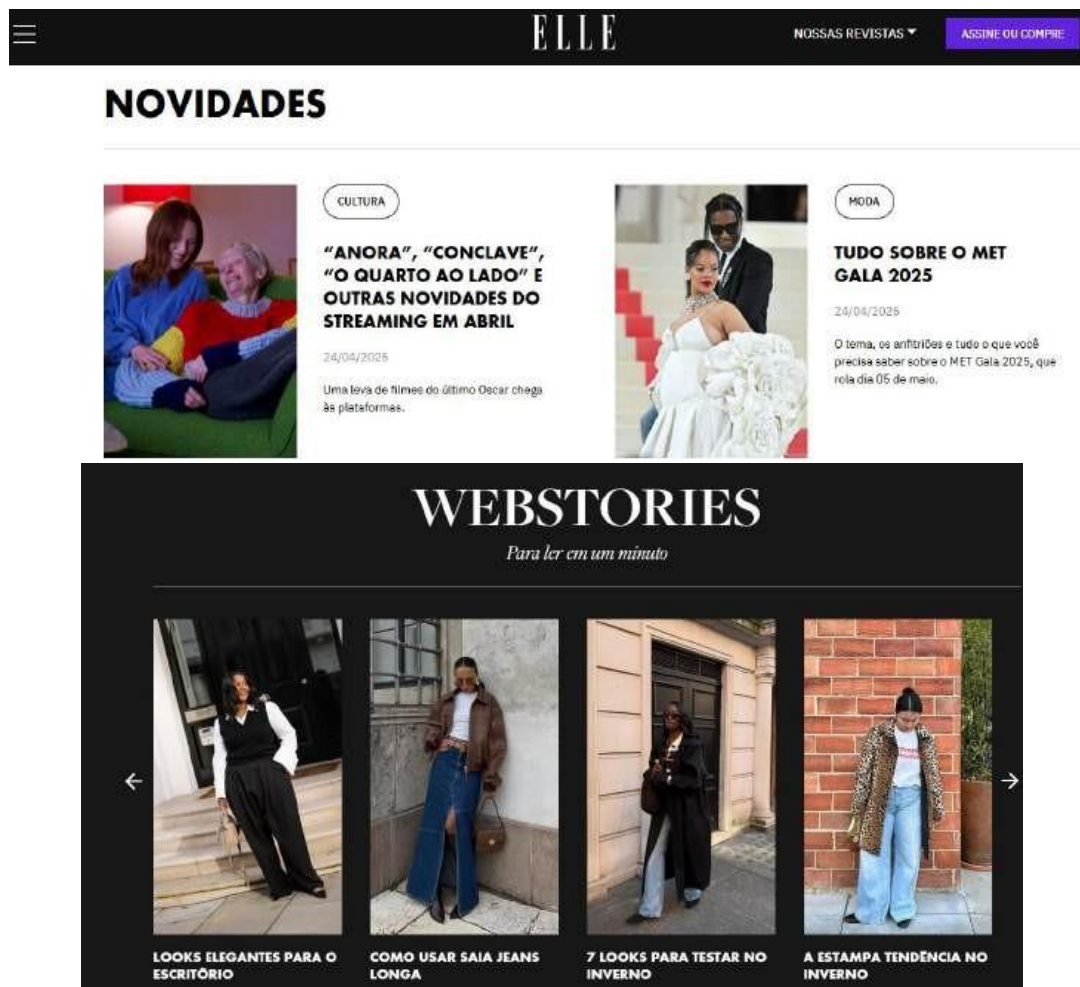


Fonte: <https://capricho.abril.com.br/>

O design editorial não se limita à organização visual dos elementos gráficos, também desempenha um papel fundamental na mediação entre o conteúdo e o leitor, definindo hierarquias de informação e conduzindo a atenção para os aspectos essenciais da narrativa. Dessa forma, o design bem estruturado não apenas valoriza a estética da revista, mas também potencializa sua função comunicacional, tornando-a mais acessível e envolvente para o público-alvo (Costa, 2016).

Um exemplo disso é a página inicial da revista *Elle*, que demonstra como o design editorial facilita a navegação e valoriza o conteúdo. A seção de novidades utiliza uma diagramação limpa, com hierarquia visual bem definida entre categorias, títulos e datas, guiando o leitor com clareza e tornando a experiência mais envolvente. Os *Webstories* organizam temas de moda em formato de carrossel com imagens impactantes e títulos curtos, facilitando o consumo rápido da informação.

Figura 13 - Print página inicial do site da revista *Elle*.



Fonte: <https://elle.com.br/>

Tudo em uma revista gira em torno do leitor e ele é o principal fator na definição da linguagem gráfica adotada na publicação. O design deve estabelecer uma conexão com o público, garantindo que a experiência de leitura seja fluida e envolvente. O estilo visual escolhido precisa dialogar com as expectativas e referências do leitor, respeitando seu repertório estético e suas preferências. Um exemplo é a revista *Claudia*, que utiliza uma linguagem gráfica - com tipografia elegante, paleta de cores suave e imagens que dialogam com temas contemporâneos - pensada para atingir seu público-alvo: majoritariamente mulheres interessadas em estilo de vida, moda, bem-estar e atualidades.

Figura 14 - Print da página inicial do site da revista *Claudia*.



Fonte: <https://claudia.abril.com.br/>

Se a linguagem gráfica não corresponder ao universo do público-alvo, a revista corre o risco de perder relevância e impacto. Dessa forma, a identidade visual deve ser construída com equilíbrio, combinando inovação e familiaridade para que a revista não apenas informe, mas também conquiste e fidelize seu leitor (Scalzo, 2004).

O site da revista *National Geographic* exemplifica bem como a linguagem gráfica pode refletir o universo de seu público. Com cores sóbrias, imagens impactantes e uma diagramação limpa, o design transmite seriedade e conhecimento, em sintonia com leitores interessados em ciência e meio ambiente.

Figura 15 - Print da página inicial do site da revista *National Geographic*.



Fonte: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/>

A familiaridade com a identidade visual clássica, aliada à navegação moderna, reforça o vínculo com o público e mantém a revista relevante. Com equilíbrio entre inovação e familiaridade para conquistar e fidelizar o leitor.

1.5 LEITOR

Mais do que um produto comercial, uma revista é um espaço de encontro entre editor e público, proporcionando a sensação de pertencimento a um grupo específico. O leitor, em última instância, é quem define a essência da revista, escolhendo-a não apenas pelo conteúdo, mas pela identificação com sua proposta editorial e visual (Scalzo, 2004).

O foco no leitor é essencial para a sobrevivência das revistas, que precisam se reinventar constantemente para se manterem relevantes em um cenário de informação rápida e múltiplos formatos de mídia. Um exemplo dessa reinvenção é a revista *Capricho*, que passou por transformações significativas ao longo do tempo. Inicialmente voltada para quadrinhos, a publicação redefiniu seu foco e se consolidou como uma das revistas mais influentes para adolescentes no Brasil (Scalzo, 2004).

Figura 16 - Capas da revista *Capricho* ao longo dos anos.



Fonte: Reprodução Internet.

Ao abordar temas como moda, relacionamentos e comportamento jovem, a *Capricho* ajudou a moldar gerações de leitores. No entanto, com a migração crescente do público para o digital, enfrentou desafios comuns à indústria editorial. Em 2015, interrompeu sua versão impressa, mas conseguiu se adaptar às novas demandas do mercado, consolidando sua presença no ambiente digital⁸.

A marca se reposicionou totalmente no ambiente digital, passando a ter uma forte presença nas redes sociais, como Instagram⁹, YouTube¹⁰ e TikTok¹¹, criando um canal

⁸ *Capricho* - Manifeste. Desobedeça. Seja você

⁹ <https://www.instagram.com/capricho?igsh=ZjFrNXF1enU1Ym1m>

¹⁰ <https://youtube.com/@capricho?si=axzcyw4g3TgueRSa>

¹¹ <https://www.tiktok.com/@capricho? t=ZM-8v288uoMHLy& r=1>

direto de interação com seus seguidores. Esse movimento foi fundamental para que a revista continuasse a se conectar com sua audiência e se mantivesse relevante.

Além disso, a Capricho inovou ao abordar temas contemporâneos como empoderamento feminino, diversidade e saúde mental, alinhando seu conteúdo aos valores e desafios que impactam o público jovem. Sua transformação digital exemplifica a importância de entender as mudanças nas preferências dos leitores e adaptar-se às suas necessidades, garantindo assim a continuidade e relevância da marca no cenário atual.

1.6 MERCADO

O mercado de revistas no Brasil foi configurado por uma combinação de fatores econômicos, culturais e tecnológicos que impactam diretamente a forma de produzir e distribuir conteúdo. Trata-se de um universo editorial amplamente heterogêneo, que vai desde grandes publicações de alcance nacional até revistas segmentadas voltadas a públicos de nichos específicos. Essa diversidade revela um setor dinâmico, que precisa constantemente equilibrar as exigências comerciais com a construção de propostas editoriais sólidas, capazes de dialogar com os hábitos e expectativas de leitura de diferentes perfis de público (Scalzo, 2004).

As revistas foram se transformando em produtos com forte apelo mercadológico, inseridas na lógica da indústria cultural e da sociedade de consumo. Essa configuração reforça a ideia de que o discurso jornalístico nessas publicações está inevitavelmente atravessado por estratégias de captação e fidelização de audiência (Scalzo, 2004).

Nas últimas décadas, o mercado de revistas no Brasil tem enfrentado transformações drásticas, principalmente em razão da digitalização dos meios de comunicação. A partir de 2010, com o surgimento de dispositivos como o iPad, iniciou-se uma tentativa de migração do impresso para o digital. Essa transposição revelou os desafios de adaptação tecnológica e criativa que o setor enfrentava para se manter relevante em novos ambientes midiáticos (Pezzin, et al., 2023).

A chegada da pandemia da Covid-19, entre 2020 e 2021, acelerou o declínio da circulação das revistas impressas. O impacto foi perceptível na queda de circulação e nas mudanças estruturais adotadas pelas editoras. A Editora Globo, por exemplo, suspendeu temporariamente a publicação impressa de diversos títulos, mantendo apenas três em

circulação física durante os meses mais críticos da pandemia. Essa situação revelou como o contexto da Covid-19 agravou as fragilidades do setor, impulsionando de forma abrupta a migração para o ambiente digital e evidenciando a urgência de adaptação diante de um novo cenário midiático (Pezzin, et al., 2023).

Ainda assim, o setor tenta se reinventar, apostando na convergência de plataformas e na segmentação do conteúdo. A fidelização de leitores por meio de títulos voltados a públicos específicos - como é o caso da revista *Cláudia*, com ampla audiência entre mulheres e forte presença no formato digital - demonstra a viabilidade de modelos editoriais mais nichados e personalizados (Pezzin, et al., 2023).

Apesar das perdas enfrentadas pelo mercado tradicional, a digitalização abriu caminhos para a reinvenção das revistas enquanto marcas multiplataforma. O crescimento da audiência digital, impulsionado pelo engajamento em redes sociais e pela diversificação dos modos de acesso ao conteúdo, ampliou o alcance das publicações e reforçou sua presença em novos ambientes midiáticos. Diante desse cenário, as revistas precisam adotar novas lógicas de produção e circulação, mais conectadas aos hábitos contemporâneos de consumo de informação. A sustentabilidade do setor, portanto, depende da capacidade de aliar relevância editorial, inovação tecnológica e a construção de vínculos duradouros com seus leitores - não apenas como consumidores, mas como parte ativa de uma comunidade engajada (Pezzin, et al., 2023).

Embora haja um avanço significativo das plataformas digitais e da consequente reconfiguração do mercado editorial, o formato impresso mantém características próprias que justificam sua permanência e, em alguns casos, sua retomada estratégica por determinadas publicações. Entre os principais elementos que preservam a relevância do impresso, destaca-se a experiência sensorial proporcionada ao leitor. Essa dimensão tátil e estética favorece uma relação mais imersiva com o conteúdo e contribui para a construção de vínculos afetivos e simbólicos entre o público e a publicação.

Além disso, revistas impressas tendem a adquirir valor cultural e simbólico, funcionando como objetos colecionáveis e de preservação de memória. Essa característica amplia a longevidade das edições e reforça o prestígio da marca editorial, especialmente quando se trata de publicações com forte identidade estética ou com temas de interesse contínuo.

Um exemplo recente que evidencia a permanência de valor do formato físico é a retomada da edição impressa da revista *Capricho*¹², que, após dez anos de atuação exclusivamente digital, anunciou o retorno de publicações semestrais, com edições previstas para julho e dezembro. A decisão editorial foi motivada pela demanda do público e pelo reconhecimento de que o impresso, mesmo em tiragens reduzidas, pode fortalecer a marca, ampliar sua presença simbólica e diversificar seus modos de circulação.

Assim, observa-se que a permanência do impresso no mercado de revistas não se deve apenas à tradição, mas à sua capacidade de oferecer uma experiência singular, diferenciada e ainda valorizada por segmentos específicos de leitores. Essas vantagens reforçam a coexistência entre o digital e o físico, indicando que, longe de ser um formato obsoleto, a revista impressa continua desempenhando um papel relevante dentro da dinâmica contemporânea do mercado editorial.

1.7 REVISTA DIGITAL

O avanço das tecnologias digitais transformou significativamente o cenário das revistas impressas, impondo novos desafios e exigindo adaptações rápidas. Com a popularização da internet e o crescimento das redes sociais, os hábitos de consumo de informação passaram a privilegiar a instantaneidade, a interatividade e o acesso gratuito, afetando diretamente a circulação e a rentabilidade das publicações impressas.

No cenário atual, a tradicional revista impressa passou a coexistir com versões online, adaptadas a múltiplos dispositivos e com interfaces cada vez mais interativas. Como aponta Natansohn (2013, p. 7), “note-se que sequer há uma denominação comum para estes produtos, no momento em que o gênero se digitaliza”, o que revela a fluidez do formato, e a dificuldade de categorização frente às inovações constantes. Essa variedade de nomes – como *iMagazines*, *webzines*, revistas digitais – demonstra a intensa renovação do cenário editorial e os novos desafios que surgem na tentativa de entender os formatos contemporâneos e suas lógicas de produção, circulação e consumo.

O jornalismo de revista online passa a incorporar características próprias do ambiente digital, como a hipertextualidade, a interatividade e a participação ativa do leitor. No ciberespaço, as revistas se reconfiguram tanto na produção, na distribuição quanto no consumo, o que implica uma reformulação dos modos de fazer e de experienciar o conteúdo jornalístico. As revistas on-line, além de reproduzir os modelos impressos,

¹² <https://capricho.abril.com.br/identidade/capricho-retoma-revista-impressa-semestral-apos-dez-anos-100-online/>

desenvolvem novas linguagens, formatos e estéticas que dialogam com as possibilidades oferecidas pelas plataformas digitais (Natansohn et al., 2013).

A interatividade nas revistas multiplataforma se torna um dos elementos essenciais para a experiência do usuário. A interatividade pode ser dividida em duas categorias: seletiva e comunicativa. A primeira refere-se às possibilidades de navegação oferecidas pela publicação, como a utilização de hipertextos, personalização de layout e opções de compartilhamento de conteúdo. Já a interatividade comunicativa envolve a participação ativa do leitor, seja por meio de comentários, debates ou contribuições diretas para o conteúdo da publicação (Costa, 2016).

Além disso, a memória digital e a hipertextualidade possibilitam uma navegação mais rica e dinâmica para o leitor. A web proporciona um espaço virtualmente ilimitado para armazenamento e recuperação de informações, permitindo que as publicações digitais estabeleçam conexões mais aprofundadas entre os conteúdos. Assim, as revistas multiplataformas preservam o conteúdo publicado, mas também oferecem novas formas de contextualização e aprofundamento, explorando links, referências cruzadas e arquivos históricos acessíveis com poucos cliques (Costa, 2016).

As revistas digitais representam um exemplo emblemático da transformação das mídias tradicionais diante das novas possibilidades tecnológicas. Elas surgem como produtos híbridos, combinando características clássicas das revistas impressas - como o design em colunas, o uso de imagens e a divisão em seções - com funcionalidades inovadoras próprias do ambiente digital. Essa fusão de elementos evidencia como os formatos informativos evoluem a partir da reconfiguração contínua de interfaces já conhecidas, adaptando-se às novas formas de consumo e produção de conteúdo na era digital (Scolari, 2013).

Para se manterem relevantes, as revistas digitais precisam superar o modelo fechado herdado das publicações impressas e adotar uma lógica mais aberta, colaborativa e conectada. Isso significa explorar de maneira mais profunda as potencialidades da web - como a interatividade, o compartilhamento e a produção participativa de conteúdo -, alinhando-se às dinâmicas fluídas e em constante evolução da cultura digital (Scolari, 2013).

2 REVISTA BRASIL TOUR

Neste capítulo são apresentadas as etapas de produção da revista Brasil Tour. O estudo do tema turismo foi embasado pelos ensinamentos de Avighi (1992) e Rabahy (2020). Para compreender o mercado das revistas de turismo, foi analisada a revista *Qual Viagem*¹³. Por fim, tratamos do projeto da revista impressa Brasil Tour, com identidade visual, público-alvo, linha editorial da publicação, design e espelho da primeira edição da produção.

2.1 TURISMO

Os avanços na comunicação desempenharam um papel fundamental na transformação do turismo. A partir do século XIX, o turismo - organizado, sistemático e voltado ao lazer - consolida-se, então, como um fenômeno social. Os jornais, livros e, posteriormente, as imagens, foram peças-chave na construção do imaginário turístico, criando o desejo e fornecendo as informações necessárias para que as pessoas pudessem transformar esse desejo em realidade. Avighi (1992, p. 24) observa que “Um dos impulsos mais fortes na relação entre comunicação e turismo foi dado pela introdução da fotografia na imprensa, em especial na ilustração de roteiros e outras matérias específicas.”

O turismo é profundamente mediado pela maneira como as informações são produzidas, disseminadas e consumidas - uma realidade que se torna ainda mais intensa na era das redes sociais e da comunicação globalizada. Avighi (1992, p. 32) ressalta que, enquanto a Revolução Industrial organizou a sociedade, a comunicação organizou o turismo.

Essa aproximação entre comunicação e turismo foi potencializada pela democratização do acesso à informação. O avanço das tecnologias de comunicação, somado às transformações dos espaços urbanos, fez das cidades centros de atração, não apenas por suas belezas naturais ou patrimônios históricos, mas também por aquilo que representavam: cenários do progresso, da modernidade e da vida urbana - um fenômeno que permanece marcante no turismo contemporâneo (Avighi, 1992).

¹³ <https://www.qualviagem.com.br/>

O turismo consolida-se como uma relevante atividade econômica, não apenas pela sua capacidade de gerar emprego, renda e divisas, mas também por seu papel na redistribuição de renda entre regiões. Embora, historicamente, esteja mais presente nas regiões mais desenvolvidas, o turismo tem ainda mais importância em áreas com pouca diversidade econômica, onde se torna uma estratégia para impulsionar a economia e reduzir as desigualdades regionais (Rabahy, 2020).

No Brasil, embora o turismo de massa seja frequentemente associado à chegada de visitantes internacionais, é o mercado doméstico que se destaca como principal motor da atividade. Assim como ocorre em diversos países, o crescimento do setor turístico brasileiro é sustentado, sobretudo, pela força do mercado interno, que exerce papel fundamental na dinamização da economia e na manutenção da atividade turística ao longo do tempo (Rabahy, 2020).

A geração de empregos revela uma das principais expressões do potencial econômico do turismo no Brasil, notadamente no âmbito do setor de serviços. O segmento responde por aproximadamente 6% do total de ocupações no país, destacando-se, particularmente, o setor de alimentação, cuja demanda contempla tanto turistas quanto residentes. A elevada intensidade na utilização de mão de obra evidencia a relevância econômica do turismo, especialmente em regiões onde outras atividades econômicas são limitadas (Rabahy, 2020).

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), em 2024 o Brasil alcançou o recorde de 6,77 milhões de visitantes estrangeiros, um aumento de 14,6% em relação ao ano anterior. A chegada massiva de turistas estrangeiros resultou em uma receita de US\$ 7,34 bilhões, superando importantes produtos de exportação e evidenciando o potencial do turismo como atividade econômica de peso no cenário nacional¹⁴.

Além de impactar positivamente a balança econômica, o aumento no fluxo de visitantes internacionais tem efeitos diretos na geração de emprego, movimentação do setor de serviços e valorização dos destinos brasileiros. O fortalecimento da imagem do Brasil no exterior, aliado à promoção da sustentabilidade, diversidade e inclusão, demonstra uma nova fase do turismo nacional, que passa de um potencial inexplorado para um segmento estruturado, competitivo e fundamental para o desenvolvimento socioeconômico do país.

¹⁴ Brasil encerra 2024 com mais de 6,7 milhões de turistas estrangeiros, alta de 14,6% — Ministério do Turismo

O desempenho do turismo em nível estadual também tem se mostrado expressivo, como demonstra o caso de Goiás, que encerrou 2024 com resultados acima da média nacional. Segundo dados do IBGE, o volume de atividades turísticas no estado cresceu 15,5% em dezembro, superando o índice nacional de 9,5% no mesmo período¹⁵. Com esse resultado, Goiás conquistou o terceiro lugar entre os estados brasileiros com maior crescimento no setor, ficando atrás apenas do Pará e do Amazonas, o que reforça o papel dos destinos fora do eixo tradicional no fortalecimento do turismo interno.

Além do aumento no volume de atividades, a receita gerada pelo turismo em Goiás também apresentou um desempenho notável. Em dezembro de 2024, o estado registrou crescimento de 19,4% na receita nominal do setor, enquanto a média nacional foi de 10,6%. No acumulado do ano, a expansão foi de 12%, acima dos 9,7% registrados no Brasil como um todo¹⁶. Esses dados revelam que o turismo goiano não apenas atrai mais visitantes, mas também tem aumentado sua capacidade de movimentar a economia local.

Goiânia, a capital de Goiás, tem se consolidado como um dos principais polos turísticos e de migração no Centro-Oeste brasileiro. Sua localização estratégica, infraestrutura urbana e acesso facilitado por grandes rodovias favorecem a chegada de visitantes, especialmente durante eventos culturais, feiras agropecuárias, festivais de música sertaneja e atividades de turismo de negócios, que movimentam a rede hoteleira e os centros de convenções da cidade.

A cidade é reconhecida por sua hospitalidade, vida noturna e gastronomia regional, marcada por pratos à base de pequi e guaraniroba. Goiânia também registra crescimento populacional constante, impulsionado por oportunidades de trabalho, oferta de ensino superior e qualidade de vida. Esses fatores reforçam o papel da capital no fortalecimento do turismo goiano, contribuindo para o desenvolvimento econômico e para a valorização do estado como destino nacional.

¹⁵ Turismo de Goiás cresce acima da média nacional – Goiás Turismo

¹⁶ Turismo de Goiás cresce acima da média nacional – Goiás Turismo

2.2 ANÁLISE DE PUBLICAÇÃO NA ÁREA

Com o objetivo de conhecer revistas segmentadas sobre turismo, foi analisada a Revista *Qual Viagem*¹⁷. A publicação apresenta uma identidade visual moderna e atrativa, voltada para um público interessado em experiências turísticas diversas, tanto nacionais quanto internacionais. O nome remete a uma pergunta direta e pessoal, criando proximidade com o leitor e sugerindo uma curadoria de destinos, como se a publicação estivesse ajudando o público a escolher sua próxima viagem.

As cores utilizadas nas capas geralmente variam conforme o destino em destaque, mas há predominância de tons vibrantes, como azul e verde — que remetem à natureza, estimulando sensações ligadas ao lazer e à aventura.

Figura 17 - Capas da revista *Qual Viagem*.



Fonte: Reprodução Internet.

O uso de imagens é um dos principais atrativos da revista. A capa costuma trazer uma fotografia em alta qualidade, ocupando toda a página, geralmente com paisagens exuberantes ou marcos turísticos reconhecíveis. No interior da revista, as imagens ocupam grande parte do layout das páginas, com destaque para fotos em página dupla ou em tamanho generoso, acompanhadas de legendas informativas e chamadas visuais atrativas. Isso reforça o caráter visual do jornalismo de turismo, que busca inspirar o leitor a viver as experiências apresentadas.

¹⁷ <https://www.qualviagem.com.br/>

Figura 18 - Layout revista *Qual Viagem*.



Fonte: Reprodução Internet.

A diagramação segue um padrão limpo e organizado, com seções bem definidas e chamadas de texto que facilitam a leitura dinâmica. O equilíbrio entre texto e imagem é bem construído. O conteúdo é apresentado com uma linguagem leve e descritiva, mesclando informação prática com apelos emocionais.

No que diz respeito à segmentação de público, a revista foca em viajantes de classe média e média-alta, com poder aquisitivo suficiente para realizar viagens com certa frequência. A linguagem acessível e as sugestões de roteiros variados — desde destinos mais sofisticados até opções econômicas e alternativas — indicam uma tentativa de abranger um público amplo, mas sempre com foco em pessoas que valorizam planejamento, informação de qualidade e inspiração para viajar.

A revista adota um estilo de texto informativo, descritivo e inspirador, com linguagem acessível e fluida. O objetivo principal é convidar o leitor a imaginar e desejar a experiência turística descrita, sem deixar de apresentar dados práticos e orientações úteis para o planejamento da viagem. Por isso, o conteúdo combina informações objetivas — como valores aproximados, meios de transporte, melhores épocas para visitação e dicas de hospedagem - com descrições sensoriais e emocionais dos destinos, apelando para os sentidos e o imaginário do leitor.

A linguagem é predominantemente jornalística, o conteúdo de marketing é identificado de forma mais direta nas seções de publicidade e em textos patrocinados, que promovem pacotes, serviços ou marcas específicas. Nessas produções, são comuns expressões como “imperdível”, “roteiro dos sonhos” e “refúgio ideal”, que contribuem para reforçar o tom da revista e estimular o interesse do leitor pelas experiências apresentadas.

Essa intersecção entre conteúdo editorial e interesses publicitários é um tema central no debate sobre segmentos jornalísticos como turismo, cultura, moda, gastronomia, entre outros. Nesses nichos, a linha que separa a informação jornalística da promoção comercial tende a ser sutil, uma vez que ambos se organizam em torno da ideia de recomendação e experiência. Assim, torna-se fundamental observar até que ponto o texto mantém critérios jornalísticos - como apuração, contextualização e independência - e em que momento passa a assumir características de discurso publicitário, orientado pela valorização de produtos, serviços ou destinos específicos.

Figura 21 - Publicidade revista *Qual Viagem*.



Fonte: Reprodução Internet.

Essa combinação de elementos contribui para consolidar a Qual Viagem como uma revista de turismo com linguagem acessível, direcionada tanto a viajantes experientes quanto ao público que busca inspirações para planejar férias, passeios e experiências culturais.

2.3 PROJETO DA REVISTA BRASIL TOUR

O objetivo do presente trabalho foi produzir uma revista impressa sobre o turismo no Brasil, com uma publicação voltada para destacar, de forma moderna e atrativa, destinos nacionais que muitas vezes permanecem pouco explorados pelo grande público. Neste capítulo, são apresentadas as etapas de produção da revista Brasil Tour, a começar com o nome e identidade visual, o público-alvo, a linha editorial, o design e o espelho da primeira edição.

2.3.1 Nome e Identidade Visual

O produto consolidou-se sob o nome Brasil Tour. Após uma análise de revistas já existentes com temática semelhante, como publicações de turismo nacional e regional, foi possível compreender boas práticas do mercado, bem como oportunidades de inovação. Essa observação permitiu estabelecer elementos visuais e editoriais capazes de tornar a Brasil Tour competitiva e imediatamente reconhecível.

Com base nessa pesquisa, definiu-se o nome Brasil Tour, capaz de traduzir com clareza a proposta editorial da revista, conduzir o leitor por uma jornada visual e informativa pelos destinos do país, valorizando sua diversidade e riqueza cultural. A escolha por um nome curto, direto e sonoro também reforça sua fácil lembrança e facilita sua associação ao universo do turismo brasileiro. A tipografia sólida e moderna reforça a ideia de uma revista atual e de fácil leitura. A seguir, apresenta-se o registro visual do nome da revista, com BRASIL em *Oswald* e TOUR em *Horizon*, ambas em caixa alta e na cor branca, conforme padrão definido para a identidade visual.

Figura 22 – Nome da revista



Fonte: A autora.

A revista adota um conjunto de fontes cuidadosamente selecionadas para reforçar sua identidade editorial. O nome dos estados e os títulos das matérias utilizam a fonte *Horizon*, sempre em caixa alta e com maior destaque, garantindo impacto visual e uma hierarquia clara entre os elementos textuais.

Figura 23 – Nome do estado da primeira edição



Fonte: A autora.

Uma exceção importante é o título da editoria “Memórias de Viagens”, que está na fonte Better Together Script, conferindo leveza, sensibilidade e personalidade à editoria dedicada às crônicas. Os títulos internos dessa seção seguem a mesma proposta mais afetiva, sendo apresentados na fonte Hangyaboly, reforçando o caráter intimista do conteúdo.

Figura 24 – Fontes seção “Memórias de Viagens”



Fonte: A autora.

Da mesma forma, o título referente à capital de cada estado utiliza a fonte Tan Headline, que acrescenta sofisticação e diferenciação visual dentro da estrutura da revista.

Figura 25 – Título “Goiânia – A capital de Goiás”



Fonte: A autora.

Já na editoria de entretenimento, os títulos rompem parcialmente com o padrão estabelecido pela Horizon (com exceção da seção Mito x Verdade, que mantém essa tipografia). Para conferir dinamismo e aproximar o leitor de uma estética mais descontraída, são utilizadas fontes como Gabriel Weiss' Friends e Better Together Script, que trazem variedade e movimento à diagramação.

Figura 26 – Títulos editorial de entretenimento



Fonte: A autora.

Por fim, todos os demais textos - desde legendas até corpo de matéria - utilizam a fonte Montserrat, no tamanho 12, garantindo legibilidade, harmonia e consistência ao longo das páginas.

Figura 27 – Texto geral da revista

O auge do turismo em Goiás ocorre no mês de julho, quando o clima seco, as férias escolares e a intensa agenda cultural e religiosa - como a tradicional Festa do Divino Pai Eterno, em Trindade, e a Temporada do Araguaia - criam o cenário perfeito para explorar o estado. Nesse período, o sol valoriza as paisagens naturais, as trilhas e as quedas d'água, enquanto as cidades se enchem de visitantes e celebrações.

A experiência turística também depende de um fator essencial: a segurança. O Governo de Goiás tem investido em ações integradas para tornar as viagens mais tranquilas e seguras, como a expansão do sistema de videomonitoramento em pontos turísticos e vias de grande movimento. O policiamento ostensivo e integrado entre Polícia Militar, Polícia Civil e Corpo de Bombeiros tem sido reforçado em diversas regiões.

Fonte: A autora.

A identidade visual foi desenvolvida alinhada a esse propósito, adotando uma estética clean, com predominância de preto e branco, e fotografias de grande impacto que dialogam com a proposta contemporânea do projeto. A paleta cromática é composta pelo preto (#000000) e branco (#ffffff) como cores principais, reforçando a elegância, a simplicidade e a legibilidade da revista. Além delas, utiliza-se o cinza escuro (#232323) em alguns fundos e elementos gráficos, conferindo contraste, equilíbrio visual e destaque para conteúdos específicos ao longo das páginas.

Figura 28 – Paleta de cores da revista Brasil Tour



Fonte: Canva.

Toda a diagramação foi desenvolvida na plataforma Canva, onde também foram produzidos os elementos visuais que compõem a revista. A ferramenta possibilitou integrar tipografia, cores e imagens de forma harmônica, garantindo unidade estética e coesão entre todas as páginas.

2.3.2 Público-alvo

O público-alvo definido para a revista Brasil Tour inclui todas as pessoas interessadas em descobrir destinos brasileiros com uma abordagem acessível, informativa e visualmente atraente. A linguagem é clara, envolvente e ao mesmo tempo informativa, permitindo atingir leitores de diferentes faixas etárias e níveis de familiaridade com o turismo.

De acordo com a PNAD Contínua do IBGE, em 2023 foram realizadas 21,1 milhões de viagens por residentes brasileiros, sendo que 97% dessas viagens foram para destinos nacionais¹⁸. Isso revela que a maior parte dos viajantes que consomem conteúdo turístico no Brasil são também turistas domésticos, o que reforça a relevância de uma revista com foco interno.

Entre 2021 e 2023, o número de viagens realizadas por brasileiros saltou 71,5%, segundo o IBGE¹⁹. Esse crescimento mostra que a cultura de viajar internamente está em forte recuperação e expansão, o que cria um terreno fértil para uma publicação impressa ou digital sobre turismo nacional. Além disso, 85,7% dessas viagens foram “para fins pessoais” (lazer), enquanto 14,3% foram motivadas por trabalho ou eventos²⁰.

¹⁸ [Após fim da pandemia, número de viagens cresce 71,5% entre 2021 e 2023 | Agência de Notícias](#)

¹⁹ [Após fim da pandemia, número de viagens cresce 71,5% entre 2021 e 2023 | Agência de Notícias](#)

²⁰ [Após fim da pandemia, número de viagens cresce 71,5% entre 2021 e 2023 | Agência de Notícias](#)

Para a revista Brasil Tour, também é importante considerar o público estrangeiro - tanto pelo impacto econômico quanto pelo potencial de mostrar destinos brasileiros para além das fronteiras. Segundo dados do Ministério do Turismo, Embratur e Polícia Federal (PF), em 2024, o Brasil bateu um novo recorde histórico, com 6,7 milhões de turistas estrangeiros²¹.

Esses dados reforçam que o turismo doméstico vive um momento de expansão contínua, reunindo um público diversificado, curioso e cada vez mais interessado em explorar o próprio país. Ao mesmo tempo, a presença crescente de turistas estrangeiros evidencia um interesse internacional pelos destinos brasileiros, o que amplia o potencial de alcance da revista. Assim, a Brasil Tour dialoga tanto com o viajante brasileiro quanto com o visitante de fora, oferecendo conteúdo acessível, atrativo e capaz de despertar o desejo de conhecer a diversidade cultural, natural e histórica do Brasil.

2.3.3 Linha editorial

Com 64 páginas, a revista foi estruturada para valorizar aspectos culturais, históricos, naturais e gastronômicos dos destinos apresentados. Na edição dedicada a Goiás, destacam-se pontos turísticos emblemáticos, belezas naturais, tradições regionais, cidades históricas e elementos que compõem a identidade goiana. O conteúdo é organizado em seções que mesclam informação jornalística com uma narrativa leve e inspiradora, estimulando o leitor a explorar o estado.

Além das matérias principais, a revista conta com entrevistas e crônicas que ampliam a compreensão sobre o destino, apresentando histórias, experiências e perspectivas que enriquecem a leitura. As pautas foram cuidadosamente selecionadas para garantir diversidade, relevância e atratividade, aproveitando formatos já consolidados por autores anteriores. Dessa forma, foi possível construir uma revista envolvente, coerente e alinhada aos interesses do público.

²¹ Brasil encerra 2024 com mais de 6,7 milhões de turistas estrangeiros, alta de 14,6% — Ministério do Turismo

PAUTA	GÊNERO	FONTES
Estado de Goiás	Reportagem	Amanda Borges
Memórias de Viagens	Crônica	Enzo Carmignolli, Nivia Menegat e Rízia David
Enoturismo	Reportagem	Guilherme de Paula, Marina Silva
Expressões típicas de Goiás	Entrevista	Vânia Cristina
Gastronomia e festivais gastronômicos de Goiás	Reportagem	Sonea Stival
Moda goiana	Reportagem	Suely Calafiori, Edinaldo Araújo, Maria Eduarda, Sérgio de Oliveira
Dicas de looks	Entrevista	Sophia Fernandes
Capital de Goiás	Reportagem	Nárcia Kelly, Jorge Bastos
Vocações de Goiás	Guia de turismo/texto informativo	Rízia David
Lendas populares	Texto narrativo	Secretária de Estado da Educação – Seduc e Secretária de Estado da Cultura - Secult
Mito x Verdade	Texto informativo	Rízia David
Curiosidades	Texto informativo	Rízia David, Governo de Goiás, Prefeitura de Goiânia

2.3.4 Design

Quanto ao design, a revista adota uma diagramação limpa, marcada pela forte presença de fotografias em página inteira, que conduzem o leitor a uma experiência visual imersiva. A paleta de cores - branco, preto e cinza escuro - estabelece um contraste elegante com os tons regionais predominantes nas imagens.

Figura 29 – Design revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A disposição das imagens também desempenha papel central na construção visual da revista. A maior parte das fotografias aparece em formatos quadrados ou retangulares, ocupando grande parte das páginas para garantir destaque e reforçar o caráter imagético da publicação.

Figura 30 – Design revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

Em contraste, algumas imagens foram propositalmente aplicadas em formatos arredondados, dando leveza, movimento e um toque de descontração à diagramação.

Figura 31 – Design revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A tipografia combina títulos de grande impacto com textos corridos simples e confortáveis, garantindo boa legibilidade e organização, como apresentados anteriormente. Além disso, o uso de divisões e blocos dentro da própria paleta contribui para guiar o olhar do leitor, tornando a leitura mais fluida e evitando a sensação de cansaço visual.

Figura 32 – Design revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A revista incorpora elementos gráficos em estilo de desenho, todos em preto e branco, que ajudam a reforçar a identidade visual minimalista do projeto. Esses elementos - como ícones, contornos ilustrados, textos e detalhes decorativos - foram selecionados e adaptados a partir dos recursos disponíveis no Canva, com referências estéticas inspiradas em composições encontradas no Pinterest. Sua aplicação acrescenta personalidade, ritmo visual e unidade ao design, sem competir com as fotografias de grande impacto, mantendo assim o equilíbrio entre simplicidade e elegância.

Figura 33 – Elementos revista Brasil Tour

ESTADO 15°56' S 50°08' W

DESCUBRA GOIÁS

Airport Code: **CYN** Currency: **R\$ Real** Time Zone: **BRT**

"O coração do Brasil"
LÍNGUA OFICIAL
PORTUGUÊS
(Brasil)

PONTO TURÍSTICO ICÔNICO
MUSEU FREI CONFALONI
Inaugurado em 1954
Um dos principais cartões-postais da capital

Maior produtor de grãos e energia limpa do Centro-Oeste

POPULAÇÃO:
7,4 MILHÕES

11º estado mais populoso do Brasil
Berço do sertanejo universitário
Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros foi declarado Patrimônio Mundial Natural pela UNESCO

CLIMA:

MÉDIAS NO INVERNO	MÉDIAS NO VERÃO	TEMPERATURA MÉDIA ANUAL
14-18°C	28-35°C	25°C

A vegetação predominante é o Cerrado, cobrindo cerca de 90% do estado, embora existam pequenas áreas de Mata Atlântica.

Empadão goiano, pamonha, arroz com pequi e quiabo são ícones da culinária local.

A Praça Cívica, em Goiânia, é um marco do estilo art déco - um dos maiores conjuntos arquitetônicos do tipo na América Latina.

PÁGINA 6



Antes de ser o paraíso das cachoeiras, da culinária que dá água na boca e dos destinos que todo mundo quer postar no Instagram, Goiás foi palco de aventuras bem diferentes. A história do Estado começa no século XVIII, quando as notícias de ouro se espalharam e trouxeram para cá bandeirantes cheios de sonhos e muita ambição. Foi assim que nasceram as primeiras vilas, como a charmosa Cidade de Goiás (ou Goiás Velho), hoje Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Com ruas de pedra, casarões coloniais e aquele clima de "volta ao tempo".



ESTADO

Com o fim do ciclo do ouro, Goiás precisou se reinventar. A pecuária e a agricultura ganharam força, e moldaram a identidade do goiano: hospitaleiro, simples e com um sotaque carregado de música sertaneja.

Hoje, Goiás é um convite para viver experiências únicas. Do cerrado exuberante, passando por cidades históricas, festas tradicionais, como as Cavalhadas, a Folia de Reis e uma gastronomia que vai do arroz com pequi ao empadão goiano.

Aqui, cada canto tem uma história para contar, um sabor para experimentar e um cenário que foi feito para virar lembrança.

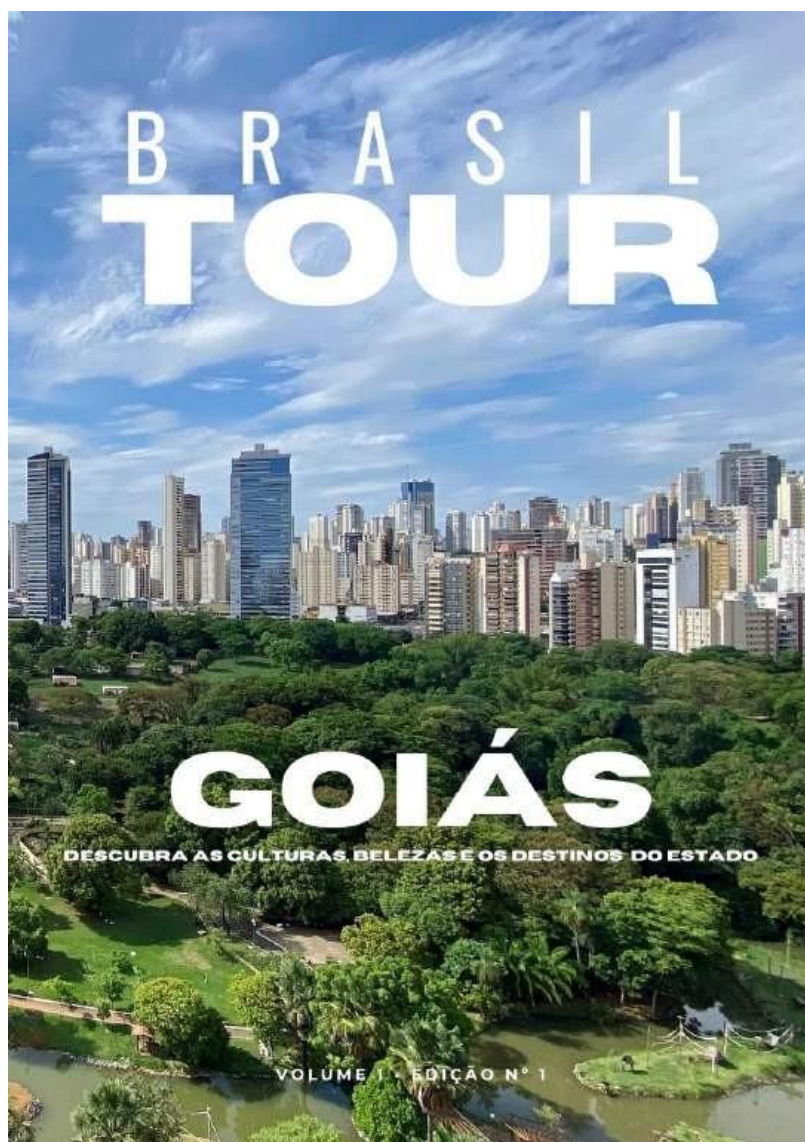
PÁGINA 7

Fonte: A autora.

2.3.5 Espelho da primeira edição

O espelho da primeira edição da revista Brasil Tour foi organizado para apresentar o conteúdo de maneira fluida. Inicia-se com a capa, o sumário e segue com a primeira página de cada editoria da revista. A distribuição equilibrada entre texto e imagem faz com que a leitura seja dinâmica e agradável.

Figura 34 – Capa revista Brasil Tour

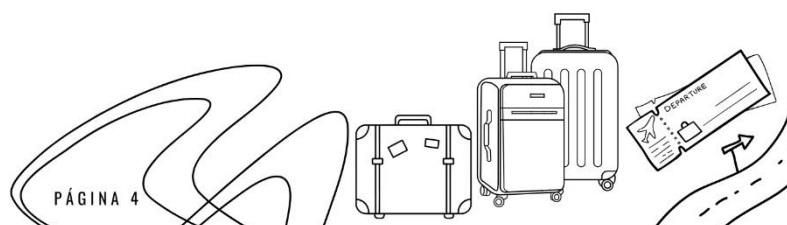


Fonte: A autora.

Figura 35 – Sumário revista Brasil Tour

SUMÁRIO

Descubra Goiás -	6
Rio Crixás: uma das histórias mais bonitas -	12
Enoturismo -	20
Expressões típicas de Goiás -	26
Sabores de Goiás -	28
Principais festivais gastronômicos de Goiás -	31
Conheça os 12 ícones da gastronomia goiana -	33
A “velha” Goiás -	36
Moda goiana -	38
Região 44: o polo onde a moda e o turismo se encontram -	42
Entrevista com Sophia Fernandes -	44
Goiânia - A capital de Goiás -	46
Vocações de Goiás -	54
Lendas populares -	58
Entre o açaí e o pequi: a Goiânia que conquista -	60
Mito x Verdade -	61
Curiosidades -	62



Fonte: A autora.

A editoria Estado apresenta um panorama geral do estado escolhido, contextualizando sua história, características regionais e principais atrativos. É o ponto de partida para que o leitor compreenda o cenário abordado na edição, oferecendo informações essenciais que ajudam a situar cultural e geograficamente o local.

Figura 36 – Editoria Estado da revista Brasil Tour

ESTADO 15°56' S 50°08' W

DESCUBRA GOIÁS

Airport Code: **CYN** Currency: **R\$ Real** Time Zone: **BRT**

"O coração do Brasil"
LÍNGUA OFICIAL
PORTUGUÊS
(Brasil)

PONTO TURÍSTICO ICÔNICO
MUSEU FREI CONFALONI
Inaugurado em 1954
Um dos principais cartões-postais da capital



Maiores produtor de grãos e energia limpa do Centro-Oeste

POPULAÇÃO:
7,4 MILHÕES

11º estado mais populoso do Brasil
Berço do sertanejo universitário
Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros foi declarado Patrimônio Mundial Natural pela UNESCO



CLIMA:
MÉDIAS NO INVERNO: **14-18°C**
MÉDIAS NO VERÃO: **28-35°C**
TEMPERATURA MÉDIA ANUAL: **25°C**

A vegetação predominante é o Cerrado, cobrindo cerca de 90% do estado, embora existam pequenas áreas de Mata Atlântica.

Empadão goiano, pamonha, arroz com pequi e quiabo são ícones da culinária local.

A Praça Cívica, em Goiânia, é um marco do estilo art déco - um dos maiores conjuntos arquitetônicos do tipo na América Latina.

PÁGINA 6



Antes de ser o paraíso das cachoeiras, da culinária que dá água na boca e dos destinos que todo mundo quer postar no Instagram, Goiás foi palco de aventuras bem diferentes. A história do Estado começa no século XVIII, quando as notícias de ouro se espalharam e trouxeram para cá bandeirantes cheios de sonhos e muita ambição. Foi assim que nasceram as primeiras vilas, como a charmosa Cidade de Goiás (ou Goiás Velho), hoje Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Com ruas de pedra, casarões coloniais e aquele clima de "volta ao tempo".



ESTADO

Com o fim do ciclo do ouro, Goiás precisou se reinventar. A pecuária e a agricultura ganharam força, e moldaram a identidade do goiano: hospitaleiro, simples e com um sotaque carregado de música sertaneja. Hoje, Goiás é um convite para viver experiências únicas. Do cerrado exuberante, passando por cidades históricas, festas tradicionais, como as Cavalhadas, a Folia de Reis e uma gastronomia que vai do arroz com pequi ao empadão goiano. Aqui, cada canto tem uma história para contar, um sabor para experimentar e um cenário que foi feito para virar lembrança.



PÁGINA 7

Fonte: A autora.

A editoria Memórias resgata relatos, impressões e lembranças marcantes vividas em alguns lugares do estado. Seu objetivo é aproximar o leitor de experiências reais, criando conexão emocional e despertando a sensação de estar explorando o lugar por meio das vivências compartilhadas. É um espaço que valoriza histórias, sentimentos e detalhes que tornam cada viagem única.

Figura 37 – Editoria Memórias da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A editoria Enoturismo apresenta a expansão desse segmento no estado, evidenciando como a atividade tem conquistado espaço e atraído cada vez mais visitantes. Nesta seção, o leitor é convidado a explorar paisagens, sabores e experiências que ilustram o potencial crescente do turismo vitivinícola, mostrando por que ele tem se tornado uma das apostas mais promissoras da região.

Figura 38 – Editoria Enoturismo da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A editoria Cultura destaca elementos identitários do estado, valorizando expressões, costumes e particularidades regionais na fala. Nesta seção, o leitor encontra a riqueza linguística e o jeito único de ser do povo local.

Figura 39 – Editoria Cultura da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

Na editoria Gastronomia, o foco está nos sabores que definem a culinária goiana. Aqui, o leitor explora pratos e experiências que revelam a diversidade e a autenticidade da cozinha local, enriquecendo a compreensão do destino por meio de sua cultura alimentar.

Figura 40 – Editoria Gastronomia da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

A editoria Estilo apresenta o universo da moda goiana, destacando tendências locais, a influência da Região 44 e uma entrevista com dicas do que vestir para quem pretende turistar pelo estado.

Figura 41 – Editoria Estilo da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

Em Destinos, a revista apresenta a capital do estado e evidencia algumas cidades, destacando seus principais atrativos. A seção convida o leitor a conhecer lugares que se tornam excelentes opções de viagem, enriquecendo o roteiro por Goiás.

Figura 42 – Editoria Destinos da revista Brasil Tour



Fonte: A autora.

É um espaço pensado para estimular a curiosidade do leitor, reunindo conteúdos que combinam tradição, cultura e fatos surpreendentes, o que torna a leitura mais leve e divertida.

Figura 43 – Editoria Entretenimento da revista Brasil Tour

ENTRETENIMENTO

LENDAS POPULARES

As lendas são histórias passadas de geração em geração que misturam fatos, crenças e imaginação. Elas revelam a cultura, os medos, os costumes e a criatividade de um povo. Em Goiás, essas narrativas fazem parte da identidade do estado e continuam vivas até hoje.

ROMÃOZINHO

No coração do folclore goiano, uma figura se destaca por sua travessura e astúcia: Romãozinho, o menino que, segundo a tradição, não descansou nem após a morte.

Desde pequeno, Romãozinho era conhecido por sua malícia: desobedecia aos pais, pregava peças nos vizinhos e adorava aprontar confusões. Ele sempre gostou de maltratar os animais e destruir as plantas.

Uma vez, sua mãe mandou-o levar o almoço ao pai, que trabalhava na roça. Ele foi de má-vontade. No meio do caminho, ele comeu a galinha, colocou seus ossos na marmitta e levou-a ao pai.

Quando o pai viu os ossos em vez da comida, ele perguntou o que aquilo significava.

Romãozinho, falsamente, disse:

– Deram a mim isso... Eu penso que minha mãe comeu a galinha com o homem que vai a nossa casa quando você não está lá, e enviou-lhe somente os ossos.

PÁGINA 58

Enlouquecido de raiva, o pai voltou logo para casa, puxou do punhal e matou a esposa.

Antes de morrer, a mãe amaldiçoou o filho que ria, dizendo:

– Você não morrerá nunca! Você não conhecerá o céu ou o inferno, nem repousará enquanto existir um vivente sobre a terra!

Romãozinho riu ante a maldição e foi embora.

Desde então, o menino nunca cresceu, anda pelas estradas e faz travessuras: quebra as telhas dos telhados a pedradas, assusta os homens e tortura as galinhas.



Imagem gerada por IA

ENTRETENIMENTO



Imagem gerada por IA

TEREZA BICUDA

A lenda de Tereza Bicuda conta que Tereza era uma grande fofqueira da região. Mas o que a tornou lendária foi sua aparência incomum: tinha uma boca muito grande, que lhe dava o apelido de "Bicuda".

Aconteceu há algum tempo, nas pacatas ruas da cidade de Jaraguá. Uma jovem chamada Tereza vivia com a mãe, mas não levava uma vida comum. Ela maltratava a idosa, obrigando-a a pedir dinheiro pelas ruas e chegando a acorrentá-la.

Certa vez, Tereza chegou a colocar um freio de cavalo na mãe e montar sobre suas costas, gritando e causando escândalo pelas ruas da cidade.

Logo depois, a mãe de Tereza, desgostosa e exausta, morreu, excomungando a filha antes de partir. Tereza vagava embriagada

pelas ruas, gritando palavrões, e logo começaram a dizer que estava possuída pelo demônio.

Um dia, Tereza morreu de forma misteriosa. Enterrada no cemitério da cidade, seu espírito começou a aparecer pelas ruas, sempre junto da mãe, que continuava a ser surrada por ela na eternidade. A população, aterrorizada, exumou seu corpo e o enterrou próximo à igreja do Rosário, na esperança de que sua alma encontrasse descanso. Mas nada adiantou.

No desespero, os moradores levaram o corpo de Tereza para a Serra do Jaraguá, esperando que ela deixasse de importunar a cidade. Ainda assim, a lenda diz que a alma de Tereza Bicuda continua a vagar nas noites de lua cheia, assombrando os que se aproximam. E, dizem, ela mantém seu hábito macabro: monta nas costas de quem encontra, como fazia com sua falecida mãe.

PÁGINA 59

Fonte: A autora.

O espelho também evidencia a intenção editorial de conduzir o leitor por uma experiência progressiva, em que cada página funciona como um convite para a próxima. A disposição dos elementos reforça a identidade visual da revista e mantém a coerência entre as editorias, permitindo que o público compreenda rapidamente a proposta de cada seção. Essa estrutura contribui para a construção de uma narrativa visual atrativa, fortalecendo o propósito de tornar a revista Brasil Tour acessível, envolvente e informativa.

MEMORIAL

Quando escolhi cursar jornalismo, grande parte da minha motivação vinha do desejo de viajar. Viajar a trabalho, viajar para conhecer lugares, viajar para voltar e contar histórias sobre os destinos que eu descobriria. Eu queria comunicar sobre aquilo que muitos talvez nunca tivessem a oportunidade de conhecer. Quando chegou o momento do TCC 1, eu não tive dúvidas de que meu tema precisaria, de algum modo, envolver o universo das viagens, que sempre esteve tão presente nos meus sonhos.

Desde a infância, sempre amei ler revistas. Era um dos meus hobbies favoritos. Além das revistas que tínhamos em casa, em toda sala de espera - salão, recepção, consultório de dentista - sempre havia uma revista, e eu nunca deixava de abri-la. Assim surgiu o desejo de produzir uma revista sobre turismo.

A ideia inicial do projeto seria baseada em uma viagem que estou planejando fazer com meu irmão. Iríamos conhecer outro país juntos e transformar essa experiência no meu TCC. Porém, a viagem precisou ser adiada e, ao repensar possibilidades, percebi que poderia trabalhar com lugares que já faziam parte da minha história. Foi então que escolhi falar sobre Goiânia - uma cidade pela qual sempre fui apaixonada e onde sonhava morar desde criança.

Com o produto e o tema praticamente definidos, o primeiro semestre foi dedicado à leitura e produção do referencial teórico, além de pesquisas sobre o mercado e sobre o desenvolvimento do produto editorial. Em agosto, ao iniciar de fato a produção, em conversa com minha orientadora, compreendi que poderia ir além. Muito mais do que falar apenas sobre a capital, eu poderia falar sobre o Brasil. São 26 estados - e, sinceramente, muitos deles não são conhecidos em profundidade pela maior parte da população. Suas características, peculiaridades e identidades regionais ainda permanecem distantes para muitos brasileiros.

É fato que existem diversos sites e perfis que apresentam destinos nacionais, mas poucos aprofundam as narrativas como uma revista pode fazer, trazendo pautas específicas valorizando as singularidades de cada estado e destacando o que há de mais relevante em cada região do país.

Defini várias pautas e muitas caíram. Mas outras foram se moldando e se encaixando de forma natural para compor a revista. Tive dificuldades com as fontes:

muitos não responderam nos primeiros contatos e outros só podiam contribuir por mensagens. Com isso, realizei praticamente todas as entrevistas de forma online. Ainda assim, consegui construir um material consistente.

Presencialmente, visitei a Vinícola Assunção²², onde entrevistei, fiz fotos, explorei o ambiente e vivi uma experiência turística que tem crescido no estado de Goiás. Conversei também com Sonea Stival, uma das fundadoras do Festival Gastronômico de Nova Veneza²³, que atua com consultoria em festivais gastronômicos em todo o estado. E estive ainda na Região da 44, conversando com lojistas e registrando, por meio de fotografias, esse polo comercial gigantesco de onde a moda goiana alcança todo o Brasil.

Com os textos finalizados, iniciei a diagramação: escolhi o preto e branco como predominante, selecionei fontes, defini o estilo visual e ajustei cada página para que o conteúdo ficasse organizado e esteticamente agradável.

A etapa de criação da revista exigiu tempo e cuidado. Ajustes nos textos, adequação de tamanhos e organização gráfica. Após isso, iniciei a busca por imagens complementares, selecionando fotos em sites oficiais do estado, de prefeituras e bancos de dados, além de editar e incluir as fotografias que eu mesma produzi.

A proposta inicial era produzir tanto uma versão digital quanto uma versão física da revista. Mas, devido à dificuldade com as fontes e ao tempo reduzido, a versão digital precisou ser adiada. Ainda assim, a revista impressa sempre foi o foco principal, pois existe hoje uma grande oferta de conteúdo digital, especialmente em sites oficiais. Já a revista física tem o potencial de ser deixada em diversos lugares e alcançar leitores que talvez nunca buscassem por esse tipo de conteúdo por conta própria. E essa é justamente a essência do projeto: levar informação e, ao mesmo tempo, revelar o desconhecido.

²² Localização: GO 338 - KM 41 à direita 7km, Pirenópolis - GO, 72980-000 | <https://goo.gl/maps/632bsSS3894KH0Ay7>

²³ Realizado no município de Nova Veneza, a cerca de 29 km da capital, Goiânia. Nova Veneza é uma pequena cidade com forte herança italiana, conhecida por preservar a cultura e a culinária dos imigrantes que a fundaram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central deste Trabalho de Conclusão de Curso foi evidenciar a aplicação prática das competências jornalísticas por meio do desenvolvimento e execução da Revista Brasil Tour. Concebida como uma publicação turística, segmentada e com periodicidade mensal, a revista propõe um percurso pelos estados brasileiros, destacando suas particularidades turísticas e culturais.

Os objetivos específicos foram atingidos. O conteúdo apresentado no Capítulo 1 traçou um panorama consistente sobre o jornalismo de revista, oferecendo fundamentos teóricos essenciais para a definição da linha editorial e da identidade visual da Brasil Tour. Já o Capítulo 2, dedicado à pesquisa de mercado e análise de uma revista de turismo, evidenciou a importância de conteúdos segmentados nesse nicho, destacando sua relevância em um momento em que o setor turístico segue em expansão no Brasil. Esse crescimento reforça a oportunidade de apresentar novos destinos - muitos deles pouco lembrados ou ainda desconhecidos pelo público - que possuem valor cultural, histórico e paisagístico.

A Brasil Tour concretiza esse referencial teórico ao se apresentar como um projeto editorial completo, que integra reportagens, crônicas e entrevistas, demonstrando a capacidade de estruturar e realizar todas as fases de um produto comunicacional. O processo de produção, descrito no memorial, mostrou que criar uma revista ultrapassa o domínio da escrita, envolvendo também habilidades em design, organização e gerenciamento de prazos. A etapa de diagramação, em especial, representou um desafio relevante e, ao ser superado, contribuiu diretamente para o fortalecimento da minha autonomia e capacidade de adaptação - competências decisivas na prática jornalística atual.

Desse modo, a Revista Brasil Tour cumpre a função de conectar a formação acadêmica ao mercado profissional, consolidando o aprendizado sobre o gênero revista e transformando-o em um produto consistente. A variedade temática e o cuidado estético reforçam o valor do jornalismo segmentado em um cenário de excesso de informações rápidas e superficiais.

Conclui-se, portanto, este Trabalho de Conclusão de Curso como um marco inicial para a atuação profissional, comprovando minha capacidade de transformar interesses pessoais em um projeto jornalístico estruturado, relevante e promissor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVIGHI, Carlos Marcos. Turismo e comunicação: estudo do turismo na história da comunicação no século XIX. *Revista Turismo em Análise*, v. 3, n. 2, p. 22-33, 1992.

COSTA, Kleiton Semensatto da. Design editorial e revistas multiplataforma: uma avaliação de publicações nacionais (2015). 2016.

LAGE, Nilson. Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística. Editora Record, 2001.

MARQUES DE MELO, Jose. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Mantiqueira, 2003.

MEDINA, Cremilda. Entrevista: o diálogo possível. São Paulo: Ática, v. 95, 1986.

NATANSOHN, Graciela. Jornalismo de revista em redes digitais. Edufba, 2013.

NATANSOHN, Leonor, Graciela. CUNHA, Rodrigo. BARROS, Samuel. SILVA, Tarcizio. Revistas online: do papel às telinhas. *Lumina*, v. 4, n. 1, 2010.

PEZZIN, Olivia. PINHEIRO, Olímpio. DOMICIANO, Cássia. CURCIO, Gustavo. Mercado editorial de revistas pré e pós pandemia: Uma comparação entre Brasil e Estados Unidos, 2023. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202315123264dd11903f6f6.pdf>.

RABAHY, Wilson Abrahão. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 14, p. 1-13, 2020. Disponível em: <[SciELO Brasil - Tourism analysis and perspectives in Brazil Tourism analysis and perspectives in Brazil](#)>.

ROSSI, Geraldo Abud et al. O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas, 2008.

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. Editora contexto, 2003.

SCOLARI, Carlos A. eMagazines. La evolución de las interfaces informativas. *Jornalismo de revista*, p. 191, 2013.

VILAS BOAS, Sergio. O estilo magazine: o texto em revista. Summus Editorial, 1996.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Rizja Santos David
do Curso de Journalismo, matrícula 2022101270033-3,
telefone: (62) 98415-4479 e-mail rizjadavid@hotmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos
Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a
disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Revista Brasil Town

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme
permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato
especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND);
Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou
impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de
graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 01 de dezembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): Rizja Santos David

Nome completo do autor: Rizja Santos David

Assinatura do professor-orientador: Gabriella Luccianini M. P. Calace

Nome completo do professor-orientador: Gabriella Luccianini M. P. Calace