

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
FACULDADE DE JORNALISMO**

**FELIPE EDUARDO COSTA
FERNANDA CRISTINA DOS SANTOS**

REVISTA RMC A BORDO

**CAMPINAS
2022**

**FELIPE EDUARDO COSTA
FERNANDA CRISTINA DOS SANTOS**

RELATÓRIO TÉCNICO DE PESQUISA

REVISTA RMC A BORDO

Relatório técnico de pesquisa apresentado à disciplina ATIVIDADE DE ORIENTAÇÃO DE PROJETO EXPERIMENTAL, da Faculdade de Jornalismo, do Centro de Linguagem e Comunicação, da PUC-Campinas, como exigência parcial para aprovação na referida disciplina, sob orientação da Prof.^a Cecília Helena Toledo Vieira.

**PUC-CAMPINAS
2022**

Ficha catalográfica elaborada por Fabiana Rizziolli Pires CRB 8/6920
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

629.136
C837r

Costa, Felipe Eduardo

RMC a bordo: um panorama da região e da aviação / Felipe Eduardo Costa,
Fernanda Cristina dos Santos. - Campinas: PUC-Campinas, 2022.

30 f.

Orientador: Cecília Helena Toledo.

TCC (Bacharelado em Jornalismo) - Faculdade de Jornalismo, Centro de
Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas,
2022.

Inclui bibliografia.

1. Aeroportos. 2. Aeronáutica comercial - Campinas, Região Metropolitana de
(SP). 3. Periódicos. I. Santos, Fernanda Cristina dos. II. Toledo, Cecília Helena. III.
Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação.
Faculdade de Jornalismo. IV. Título.

CDD - 22. ed. 629.136

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	4
CAPÍTULO 1 - APRESENTAÇÃO DO TEMA E DA MODALIDADE	
1.1 Contextualização do tema e recorte jornalístico.....	6
1.2 Modalidade.....	9
1.3 Justificativa.....	11
1.4 Processo de apuração.....	12
1.5 Seleção de fontes.....	16
CAPÍTULO 2 – DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA	
2.1 Desenvolvimento da produção.....	22
2.2 Processo de edição.....	27
2.3 Projeto/proposta (concreta) de divulgação.....	29
2.4 Custos e gastos.....	29
3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
ANEXOS.....	29

INTRODUÇÃO

O presente relatório apresenta os resultados da pesquisa realizada para a produção da revista *RMC a bordo*, desenvolvida como o Projeto Experimental da Faculdade de Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. A publicação tem como temática a Região Metropolitana de Campinas (RMC), sendo o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais, de Campinas, o principal ponto de distribuição da revista para seu leitor.

A publicação traz em seu projeto editorial um conteúdo de economia, negócios, comportamento, gastronomia e lazer predominantemente da Região Metropolitana de Campinas (RMC). Seu objetivo é informar, entreter e formar uma consciência no leitor sobre Campinas e região no que diz respeito a três eixos: negócios, lazer e entretenimento.

A modalidade escolhida para elaborar este projeto foi o jornalismo impresso, no formato de revista. O veículo foi escolhido pelo grupo pelas suas características: a revista é segmentada por público e por interesse; tem periodicidade; é durável e pode ser colecionável; possibilita trabalhar com vários assuntos dentro da mesma temática; atende os objetivos de informar e entreter o público; estabelece uma proximidade com o leitor e dá espaço para vários gêneros jornalísticos.

A revista tem relevância para a Campinas e região em função da escassez de produtos jornalísticos com esta proposta editorial que seja dirigida ao usuário do Aeroporto Campo dos Amarais, o principal canal de distribuição da publicação para o público que chega a Campinas por este aeroporto.

O público-alvo da publicação é formado por homens e mulheres das classes A e B¹, que embarcam e desembarcam no Aeroporto Campo dos Amarais provenientes de várias regiões do estado e do país. Este público vem a Campinas e região para fazer negócios, utilizar os serviços de saúde, viajar e aproveitar o lazer ou simplesmente aterrissar no aeroporto para se deslocar até seus locais de interesse, como residência e empresas, entre outros.

¹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. A classificação determina para a classe A renda familiar acima de 20 salários-mínimos e, para a classe B, entre dez e 20 salários-mínimos. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/> Acesso em: 21/11/2022.

Além deste público-alvo, a revista tem como público potencial frequentadores de alguns locais estrategicamente selecionados pelo seu perfil socioeconômico, como restaurantes, cafés e livrarias dos shoppings Galleria, Iguatemi e D.Pedro.

A publicação será distribuída no Aeroporto Campo dos Amarais e em alguns pontos selecionados no bairro Cambuí, que reúne uma expressiva concentração de público com o perfil socioeconômico A e B. Também será entregue no Gramado, uma região próxima à rodovia D.Pedro I que concentra um volume expressivo de condomínios fechados e de luxo. O valor de seus imóveis e em seu entorno frequentemente figuram entre os mais caros de Campinas. Seus moradores são predominantemente da classe socioeconômica A.

Tanto o bairro Cambuí como o Gramado – cujo bairro oficialmente chama-se Sítios de Recreio Gramado - oferecem muitas opções de comércios e serviços, que podem ser divulgados em forma de anúncios publicitários na revista.

A seguir, este relatório técnico apresenta a nossa trajetória até a conclusão da revista, da pesquisa sobre a temática, a modalidade, o recorte do tema, o processo de apuração, os nossos critérios de escolha do projeto gráfico-editorial da publicação, a seleção das fontes, personagens e especialistas – às dificuldades para encontrá-los. O relatório também traz o processo de apuração e edição, os custos e as possibilidades de eventuais divulgações.

CAPÍTULO 1

APRESENTAÇÃO DO TEMA E DA MODALIDADE

Neste capítulo serão apresentados e contextualizados alguns itens da elaboração do projeto, como a temática da revista, o recorte jornalístico, a modalidade selecionada e a sua justificativa, o processo de apuração e os critérios de seleção das fontes presentes nas matérias.

1.1 Contextualização do tema e recorte jornalístico

Nosso projeto consiste na produção de uma revista especializada, impressa, que tem como tema o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais, a Região Metropolitana de Campinas e seu entorno no âmbito dos negócios, cultura, lazer, entretenimento, turismo e gastronomia. O Aeroporto Campo dos Amarais será o principal polo de distribuição da revista e, por ele, sairão alguns dos assuntos abordados na publicação.

A região Sudeste do Brasil possui 515 aeroportos, sendo 172 públicos e 343 privados. O estado de São Paulo tem 74 aeródromos públicos e 205 privados. Na Unidade Territorial de Planejamento (UTP) de São Paulo há sete aeródromos, que estão localizados nos municípios de Atibaia, Campinas, Guarulhos, Jundiaí e São Paulo. Em Campinas, há dois aeroportos: o do Campo dos Amarais e o Aeroporto Internacional de Viracopos.

Segundo dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC)² de 2017, a região Sudeste apresenta a maior concentração de aeroportos do país: há 172 aeródromos públicos homologados, que correspondem a 28,7% do registro nacional. Além disso, segundo a SAC/PR (BRASIL, [2015]), aproximadamente 45% da movimentação de aeronaves no Brasil passa por algum aeroporto nesta região.

Um dos aeroportos de Campinas que movimenta a região particularmente na área de negócios é o do Campo dos Amarais, que está localizado na rua Sylvia da Silva Braga, 415, no bairro Chácara Campos dos Amarais, em Campinas (SP), entre os distritos de Nova Aparecida e Barão Geraldo, na Zona Norte da cidade. Com operações nos períodos diurno e noturno, o Aeroporto Campo dos Amarais tem uma

² AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL (ANAC). **Mapa de Aeródromos do Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://www.anac.gov.br/Anac/assuntos/setor-regulado/aerodromos>> Acesso em: 21/11/2022

pista de pouso e decolagem (PPD) de 1.200 m de comprimento e 30 m de largura homologados, com pavimentação asfaltada.

O Aeroporto dos Amarais possui uma localização estratégica privilegiada do ponto de vista logístico, uma vez que se localiza à margem de uma importante rodovia da região, a Dom Pedro I, que se conecta com duas outras grandes rodovias do Estado de São Paulo e do Brasil, a Rodovia Anhanguera e a Rodovia dos Bandeirantes. Também se localiza ao lado da Rodovia Adalberto Panzan, de importância na mobilidade da cidade, e dista apenas nove quilômetros do centro de Campinas.

Além das pistas de pouso e decolagem, o aeroporto possui outras atividades relacionadas à aviação geral, como hangares, galpões para atividades comerciais e industriais, oficinas de manutenção de aeronaves, aero clube, escola de aviação, posto de abastecimento de aeronaves, clube de balonismo e produção de peças de aviões.

A região onde está localizado o Aeroporto Campo dos Amarais é conhecida pela concentração de grandes indústrias e de instituições de ensino e pesquisa. Também situa-se próximo ao aeroporto Campo dos Amarais algumas unidades do Exército Brasileiro, tais como a Escola Preparatória de Cadetes do Exército (EsPCEEx) e o 28º Batalhão de Infantaria Motorizada.

Entre as instituições de ensino e pesquisa próximas ao Aeroporto dos Amarais que mais se destacam estão a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e a Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). A região também tem foco na inovação e pesquisa com várias empresas, como o CPqD, que desenvolve uma gama de soluções em diversos segmentos de mercado, tanto para o Brasil como para o exterior. O CPqD é referência tecnológica no Brasil.

Também faz parte da RMC o Laboratório Nacional de Luz Síncrotron (LNLS), que integra o Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais (CNPEM), Organização Social supervisionada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

Na área da saúde, Campinas também se destaca entre os municípios da RMC como referência regional no setor. A cidade tem cinco Distritos de Saúde, que atendem a população pelo Serviço Único de Saúde (SUS) e também absorve a demanda da região. Além disso, há unidades que despontam no cenário nacional e internacional, como o Centro Boldrini, que faz diagnóstico e tratamento de câncer

infantil com uma infraestrutura diferenciada e reconhecida mundialmente pela assistência, ensino e pesquisa em oncologia e hematologia pediátrica.

Campinas é a cidade com maior investimento por habitante na saúde entre todos os municípios brasileiros com população superior a 500 mil pessoas, segundo dados do Conselho Federal de Medicina (CFM) divulgados em janeiro de 2018, usando como base o ano de 2017³.

A Região Metropolitana de Campinas (RMC), também conhecida como Vale do Silício brasileiro, é composta por 20 municípios paulistas, e foi criada a partir da lei complementar estadual 870, de 19 de junho de 2000. Possui uma área de 3.792 km² e uma população estimada de 2.976.433 habitantes, com o PIB de 109.9 bilhões de reais por ano, caracterizando uma região extremamente rica e importante para o cenário nacional.

Diversificada pela produção industrial e agropecuária, com setores dinâmicos de grande concentração científico-tecnológico nos municípios de Campinas, Paulínia, Santa Bárbara D'Oeste e Americana, a RMC tem grande competitividade nos mercados interno e externo.

Estas são algumas das características que tornam Campinas e região um território de negócios e lazer para a cidade, o estado de São Paulo e também para o país. A publicação proposta neste projeto visa divulgar este potencial da cidade e RMC por meio do Aeroporto Campo dos Amarais. Espera-se que a revista atinja não apenas o seu público-alvo, como também leitores que se interessem pela modalidade e temática (público potencial).

O recorte jornalístico da revista foi traçado a partir do perfil do passageiro da aviação executiva (geral), proprietários de aeronaves, frequentadores do Aeroclub e da escola de aviação que frequenta o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais, de Campinas. Essa escolha se deve pelo fato de que o Aeroporto, privatizado há cinco anos, ainda não possui um produto de comunicação especializado como, por exemplo, uma revista. O único canal de comunicação da empresa com o público externo é o site⁴.

³PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS. Disponível em: www.campinas.sp.gov.br. Acesso em: 21/11/2022

⁴ Rede Voa. Disponível em: <http://www.voa-sp.com.br/aeroporto/aeroporto-estadual-campo-do-amarais-prefeito-francisco-amaral/#>. Acesso em: 21/11/2022.

O público usuário da aviação geral, mais conhecida como executiva, e os proprietários de aeronaves que fazem uso do Aeroporto dos Amarais, têm como características um grande interesse por turismo e negócios, envolvimento em atividades econômicas em Campinas, RMC e arredores. Com um perfil socioeconômico das classes A + +, é um público que merece conhecer um pouco mais sobre Campinas e região, particularmente seu potencial de negócios. Este é, portanto, o recorte da revista *RMC a bordo*.

1.2 Modalidade

A modalidade escolhida para este trabalho foi o jornalismo impresso e a revista foi o gênero definido pelo grupo por atender os objetivos de informar e entreter o público que frequenta o Aeroporto Campo dos Amarais e outros locais selecionados para a distribuição da publicação. Na revista, o jornalista tem mais intimidade com o leitor e leva informação de qualidade e da maneira que o leitor quer e prefere obter.

“A revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação de acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as ‘notícias quentes’) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividade no que vão apresentar a seus leitores. Ou que não façam jornalismo” (SCALZO, 2003, p.12)

Os estudos decorrentes das pesquisas nos relatórios individuais, que se debruçaram sobre a “Criação e o fim da Revista Diretrizes” e a “Revista Senhor: Entre a Ascensão e a Derrocada do Otimismo Brasileiro”, foram fundamentais para a compreensão das particularidades do jornalismo de revista.

O jornalismo de revista tem uma série de características que lhe são peculiares. Como assinala Azubel, a revista é um sistema complexo, que é soma do trabalho de cada profissional envolvido no seu processo de criação, edição e produção (AZUBEL, 2013).

Segundo a autora, as revistas “são capazes de promover a miséria do pensamento, erigir mitos, sustentar estereótipos e fomentar ideologias” (AZUBEL, p. 259, 2013). Portanto as “revistas cobrem uma função social que vai além”, nas palavras da autora, “de reportar”.

Ao longo do século XIX, as revistas ganharam mais espaço no mercado editorial, particularmente as femininas, que passaram a ditar a moda no mundo todo, principalmente na Europa e Estados Unidos. Segundo Scalzo (2003), com o aumento dos índices de escolaridade, havia uma população alfabetizada que ansiava por ler e se instruir, mas não se interessava pela profundidade dos livros, pouco acessíveis.

Com o avanço técnico das gráficas, as revistas se tornaram o meio ideal, reunindo vários assuntos em um único lugar e trazendo belas imagens para ilustrá-los. Era uma forma de fazer circular diferentes informações concentradas sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber. A revista ocupou, assim, um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro). (SCALZO, 2003, p.20)

A revista sempre teve como objetivo informar e interpretar os fatos noticiados. Esta é uma das vocações mais evidentes do veículo revista, desde sua própria origem. Conforme Ali (2009), os princípios do bom texto de revista passam por quatro vertentes: a simplicidade, a clareza, a concisão e a precisão.

Estes pilares foram utilizados nos textos da *Revista RMC a bordo*, que pretende ser lida não apenas pelo seu público-alvo, mas também pelo público potencial, que é aquele que gosta de ler revistas, independente da sua temática. A periodicidade da revista será bimestral, que é uma estratégia de transição para a publicação se tornar, futuramente, mensal.

Como solução para a queda de leitores, empresas de comunicação têm investido na segmentação editorial, que atrai leitores em busca de informações mais precisas sobre determinados temas.

“... os veículos de comunicação concorrem entre si – revistas com cinema, jornal com televisão, informação com diversão -, todos contra todos, disputando o tempo e o dinheiro das pessoas, cada vez mais escassos” (SCALZO, 2003, p.43)

Assim, as revistas foram obrigadas a segmentar seu conteúdo, dando origem a inúmeros títulos e assuntos diversos. Segmentar títulos e assuntos auxilia as

empresas a buscarem com mais precisão o seu público, que se sente satisfeito ao encontrar no texto informações mais elaboradas sobre determinados assuntos.

O mercado de revistas segmentadas expandiu nos últimos anos. Segundo dados⁵ do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), existem hoje no País 41 títulos auditados pelo Instituto, segmentados em assuntos e público. Optar pela segmentação dá, portanto, à revista o poder de afirmação de um grupo de pessoas, tornando-o seu público-alvo, vez que serve de ponte entre o leitor e a informação buscada por ele.

“É preciso entender quais são as tendências que estão surgindo e quais delas podem traduzir-se em novos títulos. É usar a tecnologia para reduzir custos e fazer publicações cada vez mais segmentadas, para reduzir custos, com circulações pequenas” (SCALZO, 2003, p.50)

No jornalismo de serviço, que é um dos nichos editoriais com maior expansão na segmentação de revistas, o jornalista não produz textos noticiosos e factuais, mas sim matérias mais leves, de entretenimento e atemporais, criando um vínculo entre o leitor e o interesse do mesmo.

O jornalismo como um todo, pode encaixar-se em diversos veículos e segmentos. Ao optar pelo jornalismo de serviço, a revista tem como objetivo auxiliar o leitor com dicas e explicações de forma acessível sobre algum assunto de interesse público ou do seu público-alvo. As pautas selecionadas e as matérias produzidas para a *Revista RMC a bordo* procuram encaixar-se no jornalismo de serviço e têm como objetivo servir de guia para o usuário do Aeroporto Campo dos Amarais e outros locais estrategicamente selecionados de Campinas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Após realizarmos pesquisas nos aeroportos de Campinas, descobrimos que o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais não possuía uma revista especializada para seus usuários. Surgiu, então, a ideia de produzir a *Revista RMC a bordo*, que, além de trazer informações sobre o aeroporto em si, se propõe a mostrar o potencial turístico, de lazer e de negócios da Região Metropolitana de Campinas.

⁵ Dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Disponível em: < <http://ivcbrasil.org.br/auditorias/aPublicacoesAuditadasRevista.asp> > Acesso em: 21/11/2022.

Pelas informações fornecidas pela assessoria de imprensa do Aeroporto Campo dos Amarais, muitos usuários do local não moram na região e, portanto, desconhecem seu potencial. Por isso, pensamos em uma revista jornalística, e não institucional do Aeroporto Campo dos Amarais. Ou seja: ela trará informações sobre o aeroporto e a região, será distribuída no Aeroporto, mas não pertencerá à concessionária.

A ideia inicial deste projeto apresentada na proposta de viabilidade e analisada em agosto deste ano pela banca de qualificação era desenvolver uma revista digitalizada. Mas após a avaliação dos professores nesta banca, decidimos por alterar a revista, tornando-a impressa. Hoje, avaliado o projeto final, concluímos que foi a melhor opção, tendo em vista a facilidade de leitura no produto impresso comparado ao digital (como o aparelho celular).

1.4 PROCESSO DE APURAÇÃO

A ideia original deste projeto surgiu durante uma aula da disciplina de Jornalismo de Revista, ministrada no primeiro semestre do 7º período, pela profa. Toledo. Nesta aula, durante um questionamento da docente sobre os tipos de revistas preferidos pelos alunos, uma colega respondeu que era revista de bordo. O comentário originou a ideia de produzir uma revista de bordo como trabalho de conclusão de curso, nosso projeto experimental. Ao término da aula, a própria professora, diante do interesse do grupo, sugeriu que fosse feita uma revista de bordo.

A partir desse momento, começamos a pesquisar sobre o assunto com ajuda da disciplina de Metodologia de Pesquisa Aplicada ao Trabalho de Conclusão de Curso, sob a orientação do professor Marcel Cheida.

No primeiro semestre de 2022, fizemos uma pesquisa nas editoras de revista para conhecermos o nicho de revistas de bordo. Também procuramos em sites, como o Instituto Verificador de Circulação (IVC). Descobrimos que as publicações existentes são feitas e distribuídas por algumas companhias aéreas, nas próprias aeronaves. Não havia na época e nem existe até a presente data uma revista sobre turismo voltada exclusivamente à Região Metropolitana de Campinas e que tenha como ponto principal de distribuição o público que utiliza o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais, em Campinas, tanto para lazer como para negócios.

Diante desta oportunidade de desenvolver uma revista para a RMC e com ajuda do professor Marcel Cheida, desenvolvemos a ideia inicial da publicação. Ao longo do

semestre, avançamos nas pesquisas e, com a base teórica da disciplina Metodologia de Pesquisa Aplicada, tivemos acesso a várias técnicas de pesquisa, como a bibliográfica, a de indução e o empirismo. Lemos vários livros, que foram importantes para os projetos de pesquisa e a compreensão deste relatório técnico.

O processo de apuração se deu por etapas, começando com uma pesquisa sobre as revistas de bordo. Para tal, tomamos como referência as revistas de bordo das três principais companhias aéreas do Brasil na atualidade: Latam, Gol Linhas Aéreas e Azul Trip Linhas Aéreas Brasileiras.

Também fizemos o uso de uma revista internacional como referência. A revista escolhida foi a *Revista Austral* editada pela companhia aérea TAAG Linhas Aéreas Angolanas, a estatal de aviação de Angola. A escolha dessa revista como referência internacional foi por duas razões: por ser escrita em língua portuguesa, o que a aproxima mais do Brasil e semelhança no projeto gráfico-editorial das revistas produzidas pelas companhias aéreas.

Por orientação do prof. Marcel Cheida, também pesquisamos monografias de Conclusão de Cursos de Graduação, dissertações de mestrado e teses de doutorado sobre o tema 'revista de bordo'.

Encontramos poucas pesquisas com esta temática, conforme já tinha alertado a profa. Cecília Toledo, na disciplina Jornalismo de Revista. Encontramos apenas duas pesquisas com esta temática: uma dissertação de mestrado, intitulada *Revista de Bordo Digital*, de autoria de Pedro Nuno Martinho Pinto Rei, apresentada à Universidade Nova de Lisboa, em 2015 e a monografia apresentada também em 2015 por Janine Letícia dos Reis para a conclusão do seu curso de Jornalismo na Universidade Federal de Ouro Preto. O trabalho foi o *Entretenimento a bordo: como as revistas aéreas configuram um diferente tipo de jornalismo*.

Diante dos conhecimentos adquiridos pelas pesquisas, iniciamos em março o processo de elaboração de uma revista de bordo no formato digital, como proposto pelo pesquisador Pedro Nuno Martinho Pinto Reis, em sua dissertação de mestrado.

Na primeira versão da proposta de viabilidade entregue no primeiro semestre e posteriormente avaliada pela banca de qualificação, em agosto, fizemos o primeiro recorte do público da revista, que seria o dos usuários da aviação brasileira. Como temática, pretendíamos fazer na época uma revista de bordo de abrangência nacional. Convencidos pelo prof. Cheida de que enfrentaríamos menos dificuldades se

regionalizássemos a revista, decidimos produzir uma revista mais regional, tendo como ponto de partida o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais.

Após as primeiras definições de temática e público-alvo, passamos a pesquisar sobre aviação regional, que seria o recorte da nossa publicação. Na segunda semana de abril de 2022, o grupo ainda pensava em fazer uma revista com foco na aviação regional, mas como uma temática focada em mostrar o interior de São Paulo. Neste momento de apuração e produção do projeto editorial, tivemos contato com uma fonte crucial para o trabalho: o assessor de imprensa do Aeroporto Internacional de Viracopos, sob o controle da Concessionária Aeroportos Brasil, o jornalista Maurício Simionato.

Com a longa experiência no jornalismo e na assessoria de um dos principais aeroportos do Brasil, o jornalista concedeu a primeira pré-entrevista no primeiro semestre deste ano. Neste encontro, ele também explicou aspectos importantes da aviação e do funcionamento do sistema aeroportuário no Brasil, como legislação, órgãos envolvidos e uma breve história do setor, além de fornecer o contato de pessoas, companhias aéreas e dicas de livros, sites, revistas especializadas, blogs e canais de vídeos sobre a temática.

Munidos destas informações, fizemos pesquisas virtuais em órgãos públicos, como a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) e o site do antigo Ministério dos Transportes, hoje fora do ar devido a mudança para a pasta da Infraestrutura.

Nestas pesquisas, descobrimos que existem no Brasil desde os anos 90 diferenças entre a aviação comercial e aviação geral: enquanto a primeira é operada por grandes companhias, a chamada aviação geral reúne todo o segmento não militar, como a aviação executiva, agrícola, carga e outras. A partir dessa constatação, percebemos que a proposta de recorte para a temática não seria viável.

O jornalista de Viracopos também nos demoveu de fazermos uma revista de bordo pelas razões acima citadas. Sabendo que Viracopos já tinha uma revista, decidimos nos concentrar na RMC e propor uma revista para o outro aeroporto da cidade, o Campo dos Amarais.

Partimos para a pesquisa de campo e entrevistamos *in loco* a gestora do Campo dos Amarais, Bruna Araújo. Ela nos contou sobre o dia-a-dia do Aeroporto, as oportunidades comerciais que vieram com a concessão à iniciativa privada e sobre vários aspectos relacionados à administração e aos negócios aeroportuários no Brasil.

Ao final do semestre, tínhamos uma sólida viabilidade para o nosso Projeto Experimental. Segundo dados da Centro de Gerenciamento da Navegação Aérea citados pela Associação Brasileira de Aviação Geral⁶, houve um aumento de 23% em números de pousos e decolagens na chamada aviação geral no primeiro quadrimestre de 2022, em relação ao ano de 2021. Em reportagem da *Folha de S. Paulo* obtida na fase da apuração, foi constatado que o público A + + em 2022 estava enfrentando filas de espera para compras de jatos particulares no Brasil. Este, aliás, é o público-alvo da revista, que utiliza o Aeroporto Campo dos Amarais para este tipo de viagem.

Pesquisas na imprensa, como no portal *InfoMoney*⁷, mostraram que, na pandemia de Covid-19, houve um crescimento do público A + + que utilizava a aviação comercial para voos particulares, executivos ou táxi aéreo. O transporte aeromédico e o crescimento do agronegócio, que não parou durante a crise da pandemia, também utilizou os voos particulares para seus negócios.

Sendo assim, quando enviamos o Projeto de Produção Jornalística já tínhamos mostras da viabilidade do produto, recorte de público e tema, um projeto gráfico e pré-pautas que seriam apuradas após as férias de julho

No começo do segundo semestre passamos pela Banca de Qualificação, que propôs mudanças no formato do produto, como já descrito acima. Ou seja, ao invés de ser produzida uma revista digital, a banca propôs uma revista impressa. Acatada a sugestão, avançamos para o trabalho com mais detalhamento do projeto editorial e já desenhando o projeto gráfico. Feitas a divisão das matérias e um espelho da publicação, passamos a discutir as pautas, com a docente orientadora.

A princípio, as editorias da revista seriam comportamento e consumo, negócios RMC, lazer, aeroporto e turismo e gastronomia. Ao longo do processo de apuração, foi feita a fusão das editorias lazer com turismo e a editoria de gastronomia ficou independente. Já numa etapa posterior, quando houve a elaboração do primeiro “boneco” da revista - por volta de outubro - foi incluída a editoria de entrevista em formato pingue-pongue.

Começamos as apurações por meio de sites e de matérias da imprensa e, durante este processo, percebemos a falta de informações nos portais de boa parte

⁶ Associação Brasileira de Aviação Geral. Disponível em: <http://portal.cgna.decea.mil.br/>. Acesso em: 21/11/2022.

⁷ Infomoney. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/aviacao-executiva-cresce-mais-de-20-em-2020-na-contramao-das-aereas-tradicionais-por-que-o-setor-esta-aquecido/> Acesso em 21/11/2022.

das prefeituras da RMC e de alguns pontos turísticos, como o Museu da Imagem e Som de Campinas.

Na matéria *No lugar certo* foi usado para a elaboração da pauta e matéria a pré-entrevista com a gestora do Aeroporto do Campo dos Amarais, Bruna Araújo. Na reportagem principal - *Tem para todos os gostos* - o processo de apuração envolveu as prefeituras das cidades que formam o Circuito das Frutas.

Após levantamento na Secretaria de Desenvolvimento Regional da Prefeitura de Campinas e pré-entrevistas com professores da PUC-Campinas e Unicamp e pesquisas na internet, foi possível planejar a matéria *Parcerias que dão certo*. Já na matéria *O trabalho remoto veio para ficar*, conseguimos fontes variadas, o que facilitou a produção da matéria.

Durante a apuração, também avançamos na produção do projeto gráfico da revista. Passada a banca de qualificação, fizemos um planejamento com a professora orientadora para conseguirmos desenvolver a revista no seu conteúdo (projeto editorial) e visual (projeto gráfico).

1.5 SELEÇÃO DE FONTES

Para a produção da revista *RMC a bordo*, o grupo buscou fontes de informação que fossem adequadas para cada pauta abordada. A seleção e busca das fontes deram-se no final do primeiro semestre de 2022, quando foram iniciadas as pesquisas para a elaboração do projeto editorial da publicação. No segundo semestre, novas fontes surgiram a partir de ajustes no projeto. Foram utilizadas fontes primárias e secundárias. Como fontes primárias, foram selecionadas:

- **Alexandra Caprioli:** a secretária de Turismo e Cultura da cidade de Campinas foi a fonte principal para a entrevista pingue-pongue, que teve como objetivo trazer informações para o leitor sobre o turismo de negócios da cidade. A fonte tem projeção no setor, conhece a temática e trouxe informações relevantes ao leitor, principalmente os empresários que utilizam o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais.
- **Luís Marcos Scarelli:** É técnico agrícola da Prefeitura de Atibaia e também produtor rural no cultivo do morango. Foi escolhido para ser uma das fontes da matéria sobre o Circuito das Frutas em função do cargo que ocupa e de seu envolvimento pessoal na agricultura, pois além de fornecer informações e

dados técnicos e estatísticos sobre a produção agropecuária no município, ele facilitou o contato do grupo com outros produtores e prefeituras.

- **Edmilson Tomazetto:** foi utilizado como fonte na reportagem *Tem para todos os gostos*. Tomazetto foi recomendado pela Prefeitura da cidade de Indaiatuba e por Luís Marcos Scarelli pela longa experiência na produção de uvas: ele vem de uma família que trabalha com o cultivo da uva e da vinha a quatro gerações. Imigrante italiano, suas gerações sempre trabalharam na produção de uva, tanto na Itália como no Brasil. Seu conhecimento no cultivo de diferentes tipos de uvas para vinho - inclusive cepas europeias raras no Brasil, como a Barbera, e *blends* com uvas de mesa locais típicas da região como a uva Niágara – justificou sua escolha como fonte de informação. Ele também trabalhou no começo de sua carreira com a comercialização de vinhos do Sul do Brasil na RMC em bares, restaurantes e lanchonetes e hoje tem procurado desenvolver empreendimentos inovadores, como visitação à propriedade e um bar-degustação em construção para produtos locais do Circuito das Frutas. Tomazetto foi de fundamental importância para a reportagem porque, além de indicar outros contatos de produtores na região, falou sobre assuntos relevantes à revista. Entre eles os projetos em comum com outros produtores; as entidades de representação dos produtores no município de Indaiatuba e nos municípios vizinhos membros do consórcio do Circuito das Frutas; a Associação de Produtores do Circuito das Frutas e a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas e a sua participação na criação em andamento de uma Associação de Vitivinicultura no Estado de São Paulo.
- **Sérgio “Maracujá”Medeiros:** Sérgio Maracujá, como é mais conhecido em Morungaba e entre produtores rurais, foi indicado pela Secretaria de Meio Ambiente e Agricultura do Município de Morungaba para ser fonte na revista. Ele é um dos últimos produtores de maracujá do município que vem mudando seu perfil de especialização produtiva para a banana, o figo, o pêssego e outros cultivos que não de frutas, como a produção de sementes e mudas, gengibre, mandioca, hortaliças, grãos, ervas e temperos. Na entrevista, ele explicou que o desinteresse pelo cultivo do maracujá – economicamente não compensa, segundo ele – e também rememorou o processo de criação do Circuito das Frutas, da inclusão de Morungaba no Circuito e a escolha do maracujá como fruta-símbolo municipal.

- **Maurício Simionato:** Para a crônica, foi escolhido o jornalista e poeta que também é assessor de imprensa do Aeroporto Internacional de Viracopos, que inclusive nos auxiliou nos primeiros processos de apuração sobre a viabilidade do projeto. Simionato conhece bem a RMC em função de Viracopos estar situada em Campinas e atender muitos passageiros da região. Além disso, é poeta, com três livros lançados e um quarto sendo produzido. Por isso, foi solicitado sua participação na revista como articulista.
- **Lucas Strabello:** Produtor de uvas de Louveira, trouxe informações importantes sobre os principais produtores, as épocas de colheita e plantio no município de Louveira.
- **Paulo Ricardo da Silva Oliveira:** Economista e professor do Centro de Economia e Administração da PUC Campinas, foi utilizado como fonte na Reportagem *Parcerias que dão certo*. Sua escolha deu-se por ser pesquisador do Observatório PUC-Campinas sobre a RMC e colaborou sendo entrevistado sobre a relação entre o desenvolvimento socioeconômico da região, a presença de importantes universidades e centros de pesquisa na região e especialização produtiva.
- **Elias Antonio Berni Neto:** É analista de inovação da PUC Campinas e trabalha no Mescla, o Fab Lab focado em desenvolvimento e inovação da PUC Campinas. Ele é físico de formação pela UFSCar. A escolha se deu por estar diretamente envolvido com as iniciativas da PUC Campinas na área de empreendedorismo e inovação e integração empresa-academia.
- **Graziella Galinari:** É assessora de imprensa no Núcleo de Comunicação Organizacional da Embrapa Agricultura Digital, unidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária e foi de fundamental importância para mostrar as ações que a empresa desenvolve em parceria com a iniciativa privada.
- **Juliana Lopes:** É engenheira e designer de interiores, além de contar as suas experiências pessoais na pandemia deu um panorama das tendências de consumo em decoração no pós-pandemia. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.
- **Francine Suelen Picardi:** Administradora de empresas e funcionária pública, atualmente é diretora do Fundo Social de Solidariedade do Município de Jundiaí. Deu dicas de como trabalhar em Home Office e falou sobre o impacto

da pandemia e desse trabalho remoto no ambiente de trabalho dela. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.

- **Jonatan Rocha:** É programador de sistemas e morador do município de Santa Bárbara d'Oeste e tem 36 anos. Compartilhou a sua experiência com o Home Office durante a pandemia, e como essa experiência o ajudou durante o confinamento. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.
- **Andra Callegari:** Arquiteta, foi escolhida pelo seu conhecimento das tendências e contribuiu contando as mudanças deixadas pela pandemia no setor e deu conselhos para o trabalho remoto. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.
- **Fernando E. da Costa e Silva:** Publicitário que mora em Itupeva e trabalha em Americana, município da RMC contou sua experiência em Home Office e como ela afetou positivamente a sua rotina. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.
- **Lucas da Silva Desiderio:** É dono de uma loja de decorações. Foi escolhido pela sua ampla experiência no ramo de decoração. Foi fonte da reportagem *O Trabalho Remoto veio para ficar*.
- **Edna Cecília Pistori:** Forneceu contatos para as outras fontes da matéria. A arquiteta contou sobre as mudanças no mercado de decoração e ajudou a definir o recorte da matéria.
- **Bruna Araújo:** Gestora do Aeroporto Estadual do Campo dos Amarais, Bruna ajudou na fase da apuração quando desenvolvemos a ideia da revista com uma pré-entrevista sobre o Aeroporto e sobre vários aspectos relacionados à administração e os negócios aeroportuários no Brasil e a regulação do setor aéreo no Brasil. Depois concedeu entrevista para a matéria sobre o Aeroporto trazendo outras informações como as oportunidades comerciais do aeroporto. Foi fonte na reportagem *No lugar certo*.

Como fontes secundárias foram utilizados os sites das cidades que compõem a RMC e também o Circuito das Frutas, que foi a principal matéria da revista, tais como:

- **Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Louveira/Departamento de Agricultura:** Forneceu o contato de produtores rurais do município, sendo um deles Lucas Strabello. Os demais não responderam os contatos feitos inúmeras vezes pela reportagem.

- **João De Lucca:** Gerente da Unidade de Gestão de Cultura da Prefeitura do Município de Jundiaí, órgão equivalente à extinta Secretaria Municipal de Cultura de Jundiaí. Forneceu informações sobre os pontos turísticos das cidades, opções de lazer e de gastronomia local e forneceu indicações de nomes e contatos de produtores e operadores do turismo rural e ecológico.
- **Associação “Hortifrutiflores de Jarinú”:** Forneceu dados a respeito da produção agropecuária do município e dos principais produtores do município de Jarinú. A Associação foi fundamental para superar os entraves de comunicação em obter informações com a Prefeitura.
- **Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente de Jarinu:** Forneceu dados e informações a respeito dos cultivos, das épocas de colheita e em razão da dificuldade de atender as demandas da reportagem forneceu contato da Associação “Hortifrutiflores de Jarinú”.
- **Fábio Calixto Marquez:** Engenheiro agrícola, trabalha como coordenador técnico-econômico do município de Valinhos. Ele forneceu os dados sobre produção, eventos, festas e época de colheita, bem como deu indicações à reportagem de locais para tirar fotos das colheitas e onde comprar as frutas da região do Circuito das Frutas.
- **Secretaria de Meio Ambiente e Agricultura de Morungaba:** Forneceu os dados a respeito da produção do município e suas épocas de colheita. Em razão da falta de pessoal na equipe, ela não pode atender outras demandas da reportagem, fornecendo assim o número do produtor conhecido pela alcunha “Sergio Maracujá”.
- **Simone Andrade Panzetti:** Assessora de Imprensa da Prefeitura Municipal de Indaiatuba, providenciou à reportagem os dados sobre os cultivos da cidade e as épocas de colheita, além de ter facilitado o contato com a Secretaria de Cultura.
- **Gesiane Zanella:** Secretária de Cultura de Indaiatuba, informou sobre as opções de atrações turísticas, os principais produtores e passou o contato e dados de alguns deles, entre eles Edmilson Tomazetto, que foi escolhido pelas razões já citadas aqui.
- **Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Vinhedo/Departamento do Agronegócio:** Repassou dados referentes à produção agropecuária do

município, as frutas, suas épocas de colheita e as festas do município relacionadas à fruta.

- **Gabriel Gustavo Forti:** Técnico agrícola e chefe de Divisão no Departamento de Agricultura da Secretaria Municipal de Agricultura e Cultura de Itupeva foi de fundamental importância pois além de fornecer os dados sobre as frutas, suas épocas de colheita e os principais produtores do município, também forneceu imagens e deu dicas de obtenção de outras imagens.
- **Ricardo Pires Staningher:** Assessor de comunicação da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Agricultura de Itatiba, forneceu os dados referentes à produção agropecuária do Município de Itatiba, as frutas típicas e suas respectivas épocas de colheita, principais produtores do município e atividades turísticas que podem ser realizadas em associação à fruticultura.
- **Agência Inova Unicamp:** Forneceu as informações a respeito da colaboração da Universidade com a iniciativa privada e das ações para transformar as pesquisas da Instituição em soluções para o setor privado.
- **Secretaria de Desenvolvimento Regional do Estado de São Paulo:** Através do site da secretaria foi possível acessar dados econômicos sobre a Região Metropolitana de Campinas.
- **Ariadne Gattoline:** É assessora de imprensa da Rede Voa e permitiu os contatos com Bruna Araújo. Também forneceu os dados operacionais e comerciais sobre o aeroporto, como por exemplo, pousos e decolagens e empresas sediadas; além de contar brevemente a história do aeródromo.
- **Luís Marcos Scarelli:** É técnico agrícola da Prefeitura de Atibaia e também produtor rural envolvido no cultivo do morango. Foi escolhido em função do cargo que ocupa e desse envolvimento pessoal pois além de informações e dados técnicos e estatísticos sobre a produção agropecuária no município, facilitou o contato com outros produtores e prefeituras.

CAPÍTULO 2

DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Neste capítulo será apresentada a parte do desenvolvimento da produção da revista, desde a construção do seu projeto gráfico-editorial, a seleção da tipologia, o uso de cores, os custos da produção e a proposta de viabilidade da divulgação da revista.

2.1. DESENVOLVIMENTO DA PRODUÇÃO

A partir das discussões nas disciplinas afins da modalidade selecionada neste projeto, particularmente do sétimo semestre, como Jornalismo de Revista, foi possível conhecer melhor o processo de produção de uma publicação.

Devido à dificuldade e demora para encontrar as fontes de informação para as pré-entrevistas, ainda no primeiro semestre, que seriam fundamentais para avaliar o recorte jornalístico da revista, o grupo retardou o início da produção. Com as pesquisas secundárias, no entanto, foi possível finalizar a ficha de viabilidade do projeto, ainda no primeiro semestre e, de alguma forma, avançar no recorte e na seleção das possíveis fontes de informação, dando início, portanto, ao processo de apuração.

A avaliação da banca de qualificação, em agosto, foi fundamental para que pudéssemos ajustar o projeto. Seguindo as orientações dos professores, mudamos o formato do produto: ao invés de ser uma revista digital, desenvolvemos uma revista impressa. Também foi decidido após a banca de qualificação, em setembro, as características da revista.

O formato será o padrão das revistas semanais de informação geral, ou seja, 27cm x 20 cm. O número de páginas será de 36 páginas, com capa e contracapa. Os anúncios publicitários ocuparão cerca de 30% do conteúdo da revista e, as demais 70%, com conteúdo editorial. As páginas ocupadas por anúncios publicitários ficarão em branco na primeira edição, indicando aos anunciantes os espaços onde eles poderão veicular sua marca. Escolhemos aleatoriamente estas páginas, considerando publicações que circulam no mercado editorial.

As páginas da revista serão impressas em papel couché. Para a capa e contracapa o grupo optou pelo couché 150g e, para o miolo, o couché 115g. A opção

pelas quatro cores justifica-se pela atração que a revista deverá despertar no leitor. A revista será grampeada, para baratear o custo ao anunciante. E a proposta inicial de tiragem é de 100 mil exemplares, que serão distribuídos em pontos previamente estabelecidos. A periodicidade será bimestral e, futuramente, poderá ser mensal conforme o número de patrocinadores e a preferência do leitor.

Projeto editorial. Construído a partir de uma fórmula editorial, o projeto gráfico da *Revista RMC a bordo* se sustenta pela sua identidade visual e conteúdo editorial, seção por seção, edição por edição. Também fazem parte da fórmula editorial a missão e os objetivos da revista. Antes de iniciarmos os trabalhos de campo, fizemos o mapeamento da demanda editorial (os leitores), ajustamos a missão editorial (coesa com o projeto gráfico) e a identidade da revista.

Procuramos nas pautas atender dois questionamentos: a utilidade do conteúdo informativo para os leitores e como as informações contidas nas matérias criariam significados para os assuntos relacionados. Este ‘mantra’ nos guiou na seleção dos temas, que se desenrolam em pautas e posteriormente em matérias jornalísticas.

Na *Revista RMC a bordo* a fórmula editorial se manifesta nas seções fixas, nas matérias e na coluna, onde está o artigo de opinião. Também é a fórmula que define o número de páginas da revista e os espaços ocupados pelo material editorial e comercial.

O projeto editorial da nossa revista foi elaborado a partir de sua fórmula editorial. E, como resultado, temos a missão editorial da *Revista RMC a bordo*, que é informar, entreter e formar o público-alvo e potencial sobre a Região Metropolitana de Campinas e seu entorno, principalmente no que tange aos negócios, turismo e entretenimento. Isso se dará por meio de informação de qualidade. Pretende-se, também, despertar o interesse do leitor pela diversidade de assuntos, temporais e atemporais, da cidade e região.

Pelas páginas da revista o leitor encontrará informações, ideias, opiniões, interpretações e diversão. O projeto editorial da revista foi essencial para a definição de editorias, pautas, recortes, seleção de fontes, redação, edição e produção. Como lembra Scalzo (2013), o projeto editorial é importante para o plano de negócios da revista, já que é ele quem define o alicerce da publicação, amparada por sua missão, objetivos e fórmula editorial.

Com os objetivos estabelecidos – valorizar e divulgar os serviços oferecidos pelos pontos comerciais, turísticos e culturais da região de Campinas, atendidos por vários meios de transporte, entre eles o Aeroporto Estadual Campo dos Amarais – a revista começou a ser construída, visando tornar-se uma espécie de guia para auxiliar o usuário a encontrar pontos interessantes em Campinas e no entorno da RMC.

A escolha do nome da publicação – *Revista RMC a bordo* – deu-se pela somatória de dois nomes alusivos à região de Campinas e ao serviço oferecido em aviões. A logomarca foi desenvolvida pelos alunos.

Projeto gráfico. A *Revista RMC a bordo* tem um projeto gráfico que aposta em imagens, fotos e arte para atrair a atenção do leitor e conduzi-lo à leitura. A revista terá quatro cores na capa, contra-capas e miolo. O projeto gráfico também valorizará o espaço em branco, com o objetivo de destacar os textos e as imagens contidas nas páginas da revista. A publicação terá uma grade de duas colunas na maioria das páginas.

A capa da publicação traz a imagem da Torre do Castelo no entardecer de Campinas. Este será um padrão da revista. Poderão ser colocadas duas chamadas de capa para reportagens do miolo da revista. A cor dos textos e títulos das chamadas de capa não serão fixas, sendo alteradas conforme a capa e cores predominantes da foto escolhida. Para os títulos, variando de 16 pontos para mais Guanabara Sana, Good Times, Times, Consortia e Phosphate.

A identificação do ano da publicação, do mês e da edição serão colocadas na capa, abaixo da logomarca. A revista terá suas páginas numeradas, no final, do lado esquerdo e direito. No acabamento, a publicação será grampeada. Para facilitar as etapas de paginação e diagramação, fizemos um espelho da produção da revista.

Processo de produção. A etapa de produção das matérias teve início em julho e meados de agosto. Neste período, decidimos visitar alguns locais que seriam usados nas matérias da revista. Um deles foi o bairro Caxambú, em Jundiá, uma das cidades integrantes do Circuito das Frutas. A ideia rendeu, transformou-se em pauta e reportagem, que acabou se tornando a matéria de capa da revista. Foi uma visita de caráter exploratório, mas que nos ajudou a conhecer algumas tradições no cultivo de frutas, além de história das famílias locais, o lazer e o turismo rural, entre outras atrações.

Na ocasião, pudemos conhecer algumas plantações; adegas de vinhos, como a Casa Cereser e a Adega Brunholi; lojas de produtos artesanais e alguns restaurantes como a Família Brunholi, Spiandorello, Restaurante e Adega Beraldo di Cale e Recanto Marquezim. Essa visita foi de grande importância, pois tivemos contato com informações sobre tradições, história das famílias locais, a produção da região, o lazer e turismo rural, destinos e atrações.

A maior dificuldade enfrentada na produção da revista foi obter retorno das assessorias de imprensa da maioria das cidades que formam o Circuito das Frutas. Muitas delas foram morosas e sequer responderam aos e-mails enviados ou retornaram as ligações telefônicas. Algumas instituições também tiveram a mesma conduta, como a concessionária do Aeroporto Campo dos Amarais. A dificuldade, no entanto, nos obrigou a buscar outras fontes de informação e assim conseguimos fechar a reportagem *Tem para todos os gostos*, que foi a matéria de capa.

Algumas entrevistas, por exigência das próprias fontes, tiveram que ser realizadas por meio remoto, de forma não presencial. Elas alegaram falta de tempo ou temor pela contaminação do novo coronavírus, mesmo com a pandemia mais controlada. Estas fontes também preferiram ceder fotos de acervo pessoal, que foram usadas na revista.

Entre os meses de setembro e outubro percorremos parte do Circuito das Frutas para fazer fotografias. Fomos aos municípios de Itatiba, Atibaia e Morungaba. Na primeira quinzena de novembro estivemos na cidade de Jarinu para a produção de fotos e retornamos ao bairro Caxambú, em Jundiaí. Os municípios de Valinhos, Vinhedo e Louveira foram visitados para a execução de fotos na primeira quinzena de outubro.

Para a produção da matéria *O Trabalho Remoto veio para ficar*, entrevistamos a decoradora Edna Pistori, presencialmente, em setembro. Quando conversamos sobre as mudanças no mercado de decoração, ela nos ajudou a definir o recorte da matéria, ocasião que forneceu contatos de outras fontes para a reportagem. O passo seguinte foi a entrevista presencial com a engenheira civil e designer Juliana Lopes, que falou sobre as mudanças nos hábitos de consumo na área de decoração, após a pandemia de Covid-19.

Já escrevendo a matéria sobre o trabalho remoto, entrevistamos a arquiteta e decoradora Andra Callegari, do escritório de arquitetura e urbanismo PASS Arquitetura, de Jundiaí, que foi de fundamental importância para a reportagem, pois

ela própria vivenciou a experiência do trabalho remoto durante a fase inicial do *lockdown*. Andra comentou sobre as tendências do mercado após essa fase e deu dicas de como os leitores podem tornar suas experiências de trabalho ou estudo remoto mais agradáveis.

Na sequência, realizamos a entrevista presencial com o publicitário Fernando Eduardo da Costa e Silva, morador de Itupeva e CEO da Benetton Propaganda, em Americana, município da RMC. O publicitário compartilhou sua experiência positiva durante o *lockdown* e nos passou o contato de Jonatan Rocha, que também foi fonte na mesma matéria. Ele relatou as dificuldades enfrentadas durante a pandemia, sua experiência prévia em relação ao trabalho remoto e como isso o ajudou a enfrentar esse período de dificuldades. Com a reportagem sobre *Home office* quase finalizando, fizemos via online uma entrevista com o empresário e decorador Lucas Desidério, que relatou sua experiência com o *home office*.

Francini Picardi, residente em Vinhedo, concedeu uma entrevista presencial com dicas sobre como tornar apropriado o ambiente doméstico para o trabalho remoto. Ela falou de suas rotinas diárias de trabalho e como ele encontrou no *home office* uma maneira positiva de trabalhar. Nesta ocasião, foram feitas fotos dos escritórios que ela adaptou em sua casa, sob orientação de um decorador. Francini preferiu não aparecer nas fotos.

Para a matéria *No lugar certo*, usamos muitas informações obtidas ainda na fase de pré-entrevistas com a gestora do Aeroporto Estadual Campos dos Amarais. Bruna Araujo. Também foram obtidas informações via WhatsApp com a assessora de comunicação da concessionária do Aeroporto, Ariadne Gattolini, que passou dados comerciais sobre a empresa para finalizarmos a matéria.

Parcerias que dão certo foi a última reportagem produzida entre o final de outubro e a primeira semana de novembro. A primeira entrevista, feita por email a pedido da empresa, foi com a unidade de Campinas da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Segundo a assessoria de comunicação, a Instituição não concede entrevistas presenciais em função de suas próprias demandas.

Foram realizadas entrevistas também por meio de e-mail com a assessora de imprensa do Núcleo de Comunicação Corporativa da Embrapa Agricultura Digital em Campinas, Graziela Gallinari. Originalmente a entrevista seria presencial, mas por questões de agenda da empresa foi cancelada.

Na PUC-Campinas fomos conhecer pessoalmente o Mescla. Produzimos fotos e entrevistamos o analista de inovação Elias Antonio Berni Neto, que detalhou as ações da Universidade para o empreendedorismo e a inovação.

A Unicamp não pode atender nossas demandas e nos indicou buscarmos informações por meio da agência Inova Unicamp, que nos atendeu remotamente, fornecendo seus relatórios. De posse de todos os dados e informações finalizamos a reportagem e saímos a campo para novas fotos que ilustrassem a matéria.

No último mês de trabalho, revisamos todo o material produzido, em busca de ajustes e complementos para darmos início ao processo de edição, conforme narrado no próximo item.

2.2 PROCESSO DE EDIÇÃO

No processo de edição, foi utilizado como ferramenta principal de trabalho o software Adobe Indesign na sua versão 18.0, que é a mais recente no mercado, atualmente. O Adobe Indesign é líder do setor em design e layout de páginas para mídias digitais e impressas e, graças às aulas do professor Adauto Molck, na Faculdade de Jornalismo, conseguimos aprender a usar o software e usá-lo na produção da *Revista RMC a bordo*. Além de prático, o Adobe Indesign consegue proporcionar um refinamento do produto devido às suas diversas funções e opções. Por isso, é um dos softwares preferidos dos profissionais da área de design e diagramação.

O projeto gráfico da revista priorizou o uso de uma grade que possibilitou organizar harmonicamente textos e fotos. Ali (2009) define grade como uma divisão matemática do espaço da página em um determinado número de colunas verticais e fileiras horizontais, com objetivo de guiar a organização dos elementos gráficos. Os modelos variam de revista para revista, indo desde uma grade de única coluna, até uma 3x3. Na *Revista RMC a bordo* usamos duas grades na maioria das páginas.

As fotografias foram, assim, as protagonistas desta edição, tendo em vista a importância das imagens como elementos informáticos no trabalho jornalístico.

Para o tratamento de cor das fotografias foi utilizado o software Adobe Photoshop, considerado o líder no mercado dos editores de imagem profissionais, assim como o programa de facto para edição profissional de imagens digitais e trabalhos de pré-impressão. O software foi utilizado para ajudar a controlar o

balanceamento de cores opostas, construindo uma elegância e equilíbrio às imagens, e, conseqüentemente, levando o olhar do leitor para as imagens.

Na capa da publicação foi escolhida a Torre do Castelo, seguida da manchete que tem o objetivo de atrair o leitor para a matéria principal da edição, que trata do Circuito das Frutas (*Tem para todos os gostos*). A escolha da foto de capa deu-se pela qualidade da fotografia tirada ao entardecer de Campinas.

Após pesquisas sobre a tipografia, escolhemos a fonte Noticia Text Regular, no corpo 8 para texto e 6 para legendas. Noticia Text é um tipo de letra slab serif humanista contemporâneo projetado para ser usado para executar texto em jornais digitais (tanto em sites quanto em aplicativos móveis). Para os títulos, a preferência deu-se em 16 pontos, variando para mais.

Para as imagens de background de algumas matérias, foram utilizadas imagens do banco de imagens público e gratuito chamado Unsplash, que oferece imagens de qualidade técnica, gratuitamente, e em alta resolução, contribuindo com a elegância da produção.

Na matéria *No lugar certo*, optamos por usar as fotos tiradas do Aeroporto Campos dos Amarais dentro das janelas de um avião, que foi utilizado para ilustrar o texto. Além do design inovador, é notório que imagens dentro de quadros chamam mais a atenção que imagens dispostas pelas páginas, fazendo com que o leitor foque a atenção nos detalhes das imagens “enquadradas”.

A imagem utilizada de background na matéria *Do alto do Castelo* foi tirada pelo grupo e passou por tratamento no Adobe Photoshop, que possibilitou controlar a luz do final da tarde, clareando a imagem. Na matéria de capa - *Tem para todos os gostos* - as imagens escolhidas como background foram retiradas do Unsplash. O objetivo com este recurso é que as fotografias feitas pelo autor da matéria, Felipe Eduardo Costa, fechassem com equilíbrio a partir de um leve toque de cores vibrantes, evidenciando a beleza natural do Circuito das Frutas.

Para a crônica, foi criada uma montagem com várias imagens de discos em vinil com a icônica foto do cantor Tim Maia, em *Nobody Can Live Forever*. O objetivo foi chamar a atenção do leitor para a crônica do jornalista Maurício Simionato, que cita o álbum do cantor em sua redação. A obra de Tim Maia completa 50 anos em 2022. A capa do álbum serviu de inspiração para a criação do design da página.

2.3 PROPOSTA DE DIVULGAÇÃO

Tendo em vista o desenvolvimento e crescimento do mercado das revistas mensais segmentadas, a proposta é lançar a publicação *RMC a bordo* – que será impressa e com distribuição gratuita – nas redes sociais, em páginas criadas no Instagram e Facebook. Futuramente, pretendemos também ter edições digitais da revista tendo em vista o avanço no uso de tablets, pelo leitor. Segundo projeções do Instituto Verificador de Circulação⁸, isto deve gerar um incremento na circulação das edições digitais das publicações, no Brasil.

O número 1 da revista, desenvolvido neste projeto, projetou os espaços publicitários na proporção de 30% do conteúdo editorial da publicação. Ou seja, o projeto desenvolveu um projeto gráfico-editorial e comercial com 70% de conteúdo editorial para 30% de conteúdo comercial. Esperamos que a revista ganhe circulação no segmento projetado, qual seja, Aeroporto Campo dos Amarais e pontos comerciais estratégicos de Campinas.

2.4 CUSTOS E GASTOS

Como foram usados os próprios equipamentos para a produção da revista – computador, telefone e aparelho celular (gravações e fotografias), o grupo não teve despesas para a produção da revista.

3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

Disponível em http://br.norkind.ru/epub-a_arte_de_editar_revistas_387687.html

AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt. **Jornalismo de Revista: Um olhar complexo**.

Revista Rumores. São Paulo, vol 7, n.13, jan-jun, 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

TAVARES, Frederico de Mello B, SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**.

Porto Alegre: Pensi, 2013.

ANEXOS

⁸ Estudo sobre Circulação de Revistas do Mercado Brasileiro - 2000 a 2011, realizado pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). Disponível em: https://sag.ivcbrasil.org.br/conteudos/pesquisas_estudos/estudo_revistas_set2011.pdf. Acesso em: 21/11/2022.

