

## Revista Mato Grosso<sup>1</sup>

Jeneffer Sogabe dos SANTOS<sup>2</sup>  
Elizângela Luiza Barbosa LUIZ<sup>3</sup>  
Ana Maria Felix Luiz MARTINS<sup>4</sup>  
Steffany Verônica de Sousa DIAS<sup>5</sup>  
Cláudio de Oliveira BRANDÃO<sup>6</sup>  
Luis Henrique LEMOS<sup>7</sup>

Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura, Cuiabá, MT

### RESUMO

A Revista Mato Grosso é fruto do trabalho desenvolvido para a disciplina de Criação Publicitária, ministrada pelo Professor Luis Henrique Lemos. A proposta da disciplina consiste na criação e produção de uma revista customizada para a divulgação da cultura, da culinária e do turismo de Mato Grosso, tendo como objetivo principal destacar um pouco da beleza do cerrado mato-grossense, atraindo cada vez mais os turistas que visam tranquilidade, conforto e belas paisagens. A revista foi avaliada de forma experimental e teve ótimo resultado por ter belas ilustrações do estado e um texto que retrata de forma bastante adequada o regionalismo e a tradição de uma terra cheia de lendas e histórias.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; cultura; culinária; turismo; Mato Grosso.

### 1 INTRODUÇÃO

A Revista Mato Grosso é fruto de um trabalho realizado e apresentado como nota parte da nota bimestral no semestre letivo de 2014/1, na disciplina de Criação Publicitária do Professor Luis Henrique Lemos do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC.

Por ser uma revista customizada, o seu objetivo principal não era o de gerar lucros, mas sim, ser distribuída ao seu público-alvo, através de *mailing*, em hotéis locais, agências de turismo, restaurantes, casa noturnas e aeroportos de todo Brasil para ajudar a divulgar a cultura, as tradições e as belezas naturais do estado de Mato Grosso.

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: [jeneffersogabe@yahoo.com.br](mailto:jeneffersogabe@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda., email: [elizangeladesigner@gmail.com](mailto:elizangeladesigner@gmail.com).

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda., email: [anagatafelix@bol.com.br](mailto:anagatafelix@bol.com.br).

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda., email: [ffany.veronicahta@gmail.com](mailto:ffany.veronicahta@gmail.com).

<sup>6</sup> Orientador do Trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do ICEC, MT. email: [facs.claudio@gmail.com](mailto:facs.claudio@gmail.com).

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do ICEC. email: [zikemoreno@gmail.com](mailto:zikemoreno@gmail.com).

A palavra customizar é uma adaptação do verbo em inglês to customize, que significa personalizar para o usuário. A palavra customer significa cliente. Assim, revista customizada significa uma “publicação criada e desenvolvida para clientes de uma empresa, isso é, uma publicação feita sob medida para um público específico. (MARQUES, 2007, p.343).

Uma revista informativa com elementos culturais e entretenimento que vai contribuir com o turismo ambiental, mas também que objetiva levar o conhecimento da população em geral sobre o estado de Mato Grosso. Ela foi elaborada e desenvolvida para atender o público de todo o Brasil, em especial a própria população mato-grossense, pois antes do período de criação da mesma, o grupo realizou um estudo que apontou que a grande maioria da população: 67% (neste caso específico de Cuiabá), não conhece toda a grandiosidade do estado.

Mato Grosso está situado no coração da América do Sul, e orgulha-se de ter uma identidade cultural construída pela integração da tradição de povos ancestrais, índios sul-americanos, os afro e euro-descendentes e migrantes oriundos de cada canto deste imenso Brasil.

Na capital, Cuiabá, e em outras cidades centenárias como Cáceres, Poconé e Diamantino o patrimônio arquitetônico traz parte da história de Mato Grosso em espaços que estão se transformando em centros culturais e museus. Igrejas como Bom Despacho, Rosário e São Benedito em Cuiabá, de Santana, em Chapada dos Guimarães, as ruínas da matriz da Santíssima Trindade, em Vila Bela e o Marco de Jauru, em Cáceres, são monumentos tombados pelo Patrimônio Nacional. (SEDTUR-MT, 2014). Há ainda diversos sítios arqueológicos espalhados pelo Pantanal, chapadões no Cerrado e na Floresta Amazônica.

As origens históricas do povoamento de Mato Grosso estão ligadas às descobertas de ricos veios auríferos, já no começo do século 18.

Segundo Siqueira (1990, p.80), em 1718, o bandeirante Antônio Pires de Campos, que um ano antes esteve às margens do Rio Coxipó, em local denominado São Gonçalo Velho, onde combateu e aprisionou centenas de índios Coxiponé (Bororo), encontrou-se com gente da Bandeira de Paschoal Moreira Cabral Leme, informando-lhes sobre a possibilidade de escravizarem índios à vontade.

Conforme Siqueira (1990, p. 82), ao ser informado da fartura da quantidade de índios, Paschoal Moreira Cabral seguiu o Rio Coxipó acima, mas sua intenção, no entanto, não foi realizada, pois no confronto com os gentios da terra, na confluência dos rios Mutuca e Coxipó, os temíveis índios Coxiponé, que dominavam a região, teve sua expedição totalmente

rechaçada pelas bordunas e flexas certas daquele povo guerreiro. Enquanto a expedição de se restabelecia dos danos causados pela incursão Coxiponé, dedicaram-se ao cultivo de plantações de subsistência, apenas visando o suprimento imediato da bandeira. Foi nesta época que alguns dos seus companheiros, embrenhando-se Coxipó acima, encontraram em suas barrancas as primeiras amostras de ouro. Entusiasmados pela possibilidade de riqueza fácil, renegaram o objetivo principal da bandeira, sob os protestos imediatos de Cabral Leme, que, entretanto, aderiu aos demais. Foi desta forma que estando a procura de índios para escravizar, Paschoal Moreira Cabral Leme encontrou ouro em quantidade inimaginada.

Como relata Siqueira (1990, p. 85), a notícia da descoberta das Minas do Cuiabá logo se espalhou. A Ata de Criação de Cuiabá deixa nítida a preocupação de Paschoal Moreira Cabral em notificar à Coroa Portuguesa os seus direitos de posse sobre as novas lavras.

Em 1722, ocorreu a descoberta de um dos veios auríferos mais importantes da área, no local denominado Tanque do Arnesto, por Miguel Sutil, que aportara em Cuiabá com o intuito de dedicar-se à agricultura. (SIQUEIRA, 1990, p. 87). Com a propagação de que constituíam os veios mais fartos da área, a migração oriunda de todas as partes da colônia tornou-se mais intensa, fato que fez de Cuiabá, no período de 1722 a 1726, uma das mais populosas cidades do Brasil, na época.

Atualmente, tanto a capital, como os outros 140 municípios que formam o estado de Mato Grosso encontraram ou buscam encontrar a sua vocação econômica, seja ela através da prestação de serviços, como Cuiabá, por exemplo, como vocação turística, casos de Nobres e Chapada dos Guimarães, quanto no agronegócio, como por exemplo, Primavera do Leste, Sinop e Lucas do Rio Verde.

Poucos países do mundo têm a condição extraordinária de Mato Grosso, que abriga em seu território três dos mais ricos ecossistemas do globo, que são o Pantanal, o Cerrado e a Amazônia.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo da revista Mato Grosso é divulgar a cultura mato-grossense, primeiro aos mato-grossenses (nativos ou de coração), e a todos os turistas, de outros estados e de outros países.

Outro objetivo é o de resgatar os valores e tradições para a própria população do estado.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A proposta de criação de uma revista customizada para divulgação da cultura, tradição e valores de Mato Grosso, foi o briefing fornecido pelo professor da disciplina de Criação Publicitária do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC.

A importância do trabalho era também de representar de uma maneira criativa os valores de uma terra digna de tanta beleza, uma beleza que irradia e que não tem fim. Beleza essa que está em cada cidadão que aqui vive, escondida em suas culturas e seus linguajares, no modo de vestir e até de cantar.

Ao criar a revista customizada, o grupo teve também como propósito mostrar abertamente o que o estado tem a oferecer, suas riquezas naturais, como o pantanal mato-grossense, os belos rios e cachoeiras, as suas danças e variedades gastronômicas, mas também a exuberância de sua economia que cresce mais a cada ano.

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

A definição da linha editorial da “Revista Mato Grosso” foi elaborada por todos os integrantes do grupo, cada integrante deu a ideia dos tópicos e serem pesquisados. Diante das matérias escolhidas para a publicação, foi incluso temas relacionadas ao estado de Mato Grosso, dentre eles comidas típicas, lendas, belezas, artes, cultura e agronegócio.

A Revista Mato Grosso contém 12 páginas, incluindo a capa e contracapa, e também dois anúncios locais.

Segundo o método de criação entende-se que a produção de uma revista customizada inicia-se pela pauta, com a definição de matérias, entrevistados, imagens e todos os demais elementos que compõem a mesma, além de estabelecer a inserção de anúncios próprios ou comercializar estes espaços com fornecedores e parceiros.

Segundo a editora revista customizada, desenvolvido pela agência DPI (2014).

O conteúdo editorial das revistas customizadas melhora a imagem corporativa em aproximadamente 9%; Clientes passam uma média de 25 minutos lendo as revistas customizadas; 90% dos executivos de marketing acreditam nas publicações corporativas como uma ferramenta de marketing eficiente.

Sendo assim a criação de uma revista customizada projeta o titular da publicação, seja este uma marca, empresa ou pessoa, em modo estratégico e personalizado, a ponto de que a

revista seja um importante meio para fidelizar negócios e liderar mercados. Segue algumas das áreas para se criar uma revista customizada:

- Desenvolvimento de pauta;
- Captação de referenciais gráficos e textuais;
- Criação de uma linguagem própria com revisão linguística adequada;
- Elaboração de layouts padronizados por seções com seus devidos componentes;
- Montagem, finalização e acompanhamento de impressão do material.

O layout da “Revista Mato Grosso” leva em consideração o perfil e as características do público-alvo, sendo determinantes para ditar a linguagem da revista, a forma de apresentação dos conteúdos e as seções. Ele também está alinhado ao planejamento estratégico e à comunicação integrada, pensado como um veículo de comunicação em sintonia com a mensagem disseminada nos demais meios.

## **5 DESCRIÇÕES DO PRODUTO OU PROCESSO**

A “Revista Mato Grosso” está caracterizada no segmento das Revistas Customizadas e tem uma periodicidade trimestral.

O formato é 21 X 29,7cm. O papel da capa é Couchê fosco 230g, o papel do miolo é Couchê 115g. O sistema de cores da capa e do miolo é 4x4 e foi usado o processo de impressão Off/set. Ela possui 12 páginas e a tipografia é Fely (Títulos), *Times New Roman* (tópicos e corpo do texto).

A capa foi elaborada através de um mix de imagens relacionada com o estado de Mato Grosso, o grupo utilizou na sequência editorial e índice para facilitar a visualização e leitura da revista, também foi inserido dois anúncios de parceiros e as seis matérias já citadas anteriormente.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A “Revista Mato Grosso” proporcionou um conhecimento maior na área de produção de revista, elaboração de pautas e editorias, e principalmente, no conhecimento da cultura, descobertas das belezas e conhecimento da história do estado.

A revista foi elaborada para transmitir informações, entretenimento e emoção para o público-alvo. E foi muito satisfatório verificar o resultado final, pois a mesma obteve uma

excelente avaliação pelo professor da disciplina, mas também pelos colegas de sala. Segundo o próprio professor, o trabalho acabou ultrapassando as expectativas esperadas.

O grupo trabalhou conteúdos relacionados à cultura, beleza, as lendas e agronegócio de um estado rico de histórias e tradições. E acredita que conseguiu levar ao público-alvo uma revista recheada de atrativos mato-grossenses.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em Propaganda**. 12 ed. São Paulo: Summus, 1982.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. 3 ed. São Paulo: Thomson, 2006.

BRANDÃO, Claudio. **Pesquisa em Propaganda Passo a Passo: para entender e colocar em prática**. Curitiba: Editora Certa, 2009.

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: A linguagem da Sedução**. São Paulo: Editora Ática, 2001.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico**. São Paulo: Summus, 2000.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARQUES, José Carlos. **Veículos de papel: as revistas customizadas como nova possibilidade de comunicação empresarial no mercado automobilístico brasileiro**. Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 5. Set. 2007, Braga: **Universidade do Minho**. Disponível em: <goo.gl/XiAp9>. Acesso em 22 de Janeiro de 2015.

REVISTAS CUSTOMIZADAS. Disponível em <http://www.revistascustomizadas.com.br/eficiencia/>. Acesso em 26 de novembro de 2014.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE MATO GROSSO-SEDTUR. Disponível em: <http://turismo.sedtur.mt.gov.br/>. Acesso em 14 novembro de 2014.

SIQUEIRA, Elizabeth Madureira et all. **O Processo Histórico de Mato Grosso**. 3 ed. Cuiabá: UFMT, 1990.