

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

MARCELA MARÇON CARTOLANO

**JORNALISMO DE VIAGEM:
TÉCNICAS JORNALÍSTICAS EMPREGADAS EM NARRATIVAS
DAS EDITORIAS DE TURISMO EM SITES BRASILEIROS**

**São Borja
2018**

MARCELA MARÇON CARTOLANO

**JORNALISMO DE VIAGEM:
TÉCNICAS JORNALÍSTICAS EMPREGADAS EM NARRATIVAS
DAS EDITORIAS DE TURISMO EM SITES BRASILEIROS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo.

Orientador: Marco Bonito

**São Borja
2018**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

A481o Cartolano, Marcela Marçon

Jornalismo de Viagem: técnicas jornalísticas empregadas em narrativas das editorias de turismo em portais brasileiros/ Marcela Marçon Cartolano - 2018

81 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação) – Universidade Federal do Pampa, COMUNICAÇÃO SOCIAL- JORNALISMO, dez/2018 "Orientação: Marco Bonito".

1. Literatura. 2. Clássicos literários. 3. Autores brasileiros. I. Título.

MARCELA MARÇON CARTOLANO

**JORNALISMO DE VIAGEM:
TÉCNICAS JORNALÍSTICAS EMPREGADAS EM NARRATIVAS
DAS EDITORIAS DE TURISMO EM SITES BRASILEIROS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 4 de dezembro de 2018.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Marco Bonito
Orientador
Unipampa

Prof. Dr. Livia Freo Saggin
Unisinos

Profª. Drª. Vivian de Carvalho Belochio
Unipampa

Profª. Drª. Larissa Conceição dos Santos
Unipampa

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à pessoa que me ensinou o verdadeiro significado de empatia, sobre ser luz em momentos de escuridão e amor em tempos de hostilidade. Dona Laura Moreira Rebordões Cartolano, minha avó, o amor de toda a minha vida! Hoje se faz presente em outro plano, mas a ausência nunca foi motivo de esquecimento. Obrigada, por ter sido a protagonista da minha história. Te dedico, especialmente, pela inspiração qual adquiri durante a sua jornada, que me proporcionou enxergar a beleza dos pequenos detalhes e a paixão de ser uma mera viajante. Nem todas as palavras serão suficientes para expressar tamanha gratidão, carinho e saudade.

AGRADECIMENTOS

Tudo que é feito com amor e dedicação, é digno de ser lembrado. Então, primeiramente, agradeço a minha persistência em continuar seguindo os passos acadêmicos que a mim foram colocados, por acreditar que a Educação é o bem mais valioso que uma pessoa pode ter, e que a luta por isso sempre valerá a pena. Tenho uma gratidão muito grande a minha família, que me proporcionou usufruir desse aprendizado que é morar em outro Estado tão longe de casa, para poder ter um estudo de qualidade. À minha mãe, Claudia Porto Marçon e meu irmão, Gabriel Marçon Cartolano, nosso trio é indestrutível, somente nós sabemos o amor, a proteção e a cumplicidade que rege os nossos corações. A saudade aperta, mas sei que sempre terei vocês comigo, aonde quer que eu vá e independente do que eu faça, porque vocês são a minha base! Assim como não posso esquecer de uma peça fundamental em toda a minha vida, meu avô, Marçon, meu mentor, amigo e conselheiro, que tantas vezes buscou me mostrar que a paciência é uma virtude. Nunca esquecerei da sua importância para que esse momento chegasse. O senhor é a minha fonte de juventude! Eu amo vocês. Sem essa família, não seria metade do que sou. Um agradecimento às minhas melhores amigas Késsia e Maria, por serem minhas ouvintes em momentos difíceis e compartilhar de risos em momentos felizes. Também às minhas amigadas de São Paulo, não vou correr o risco de citar os nomes, mas vocês sabem quem são.

Ao Klebson, por cuidar da minha mãe enquanto eu estava longe e também por acreditar no meu potencial. Em especial, um agradecimento ao Matheus Budiski, que há quase 12 anos, desde a noite do horror no Hopi Hari, virou meu protetor. Além de me acompanhar nesse longo processo acadêmico e pessoal. Tenho um carinho pela família Budiski.

Ao meu pai, que mesmo longe sei que torce por mim, a distância dificulta o contato, mas saiba que você tem um lugar especial dentro de mim. Às minhas primas Isadora e Ana Carolina, queria lembrar o quão importante vocês são.

Não poderia deixar de agradecer a cidade de São Borja, que acolheu essa paulista durante quatro anos. Da mesma forma que sou agradecida pela própria Unipampa, que me

permitiu estudar e conhecer pessoas surpreendentes a ponto de se tornarem essenciais para o meu convívio. Começando pela minha marida, Wenandra Sommer, que compartilhou grande parte da minha vivência em território gaúcho e me ajudou em situações decisivas dessa fase. Eu realmente adquiri uma amizade para além dos muros da faculdade. Somos o acessório uma da outra e não me imagino mais sem a tua presença na minha vida. Sou imensamente grata por sermos Serenas. Também ao Marco Bonito, meu orientador e amigo que, muitas vezes, me abriu os olhos para tantas problemáticas, me ensinou a questionar e refletir sobre aquilo que adquirimos, porque isso nos torna uma pessoa melhor e menos egoísta. Se hoje eu sei o significado de ‘coletividade’, é porque você foi exemplo para essa mera orientanda. Obrigada pelas oportunidades que vieram, muitas vezes, pela tua persistência e esforço. Eu não tenho dúvidas de que você está entre os melhores professores. Não posso me esquecer de quem contribuiu desde o meu primeiro dia de aula, professora Mara Ribeiro, se ela soubesse como ampliou a minha visão sobre o que é Cultura, certeza estaria radiante. A cultura nos transforma, nos preenche, nos encanta e nos ensina. É assim que me sinto, graças à ela, que infelizmente não poderá ler esses agradecimentos, mas tenho certeza de que sua missão em terra foi cumprida. E, por falar em cultura, não posso deixar de mencionar a professora Livia Saggin, que durante alguns semestres conseguiu passar o aprendizado sobre a importância que a cultura traz para a existência humana - Eu amo cada vez mais o Jornalismo Cultural, posso dizer que nele me encontrei.

Há também pessoas que preciso mencionar porque fizeram parte de alguma etapa dessa minha vida universitária. Ao grupo das Closeiras, Manu, We e Jean, nosso sétimo semestre vai ficar guardado a sete chaves para jamais ser esquecido. A Emanuelle Righi, ainda bem que discussões nunca são eternas e sempre é dia de retomar a amizade, fico feliz por estarmos nessa caminhada juntas novamente. A Catarina, Jhandrei, Bruno, Luciano, Larissa, André, Bolzan, Eduarda e Paula. Também ao Lucas, que me ensinou tanto na prática jornalística. Em tempos de caos, é importante sabermos com quem podemos contar. Obrigada por compartilharem comigo momentos tão gratificantes! Vi que isso não é o bastante para demonstrar como essas pessoas contribuíram para a minha evolução. Somente em contato com o próximo nos damos conta do valor que cada um tem. Que todos sejamos luz e sigamos em busca de uma sociedade mais justa! Obrigada!

“Viajar é mudar a roupa da alma”.

Mário Quintana

RESUMO

Esta pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Em busca de compreender do que se trata o jornalismo de viagem e a partir de uma problemática, o presente trabalho propõe analisar como as técnicas de produção jornalísticas se aplicam dentro dos conteúdos disponibilizados pelos portais brasileiros do webjornalismo. Para isso, foi preciso investigar como estão sendo desenvolvidas as narrativas de viagem dos sites jornalísticos, onde os mesmos foram obtidos através de um questionário, considerando a opinião pública. Busca-se realizar um levantamento, por meio de uma coleta de dados, dessas técnicas de produção, para contribuir com a identificação do viés jornalístico dentro das editorias de turismo. Além disso, proporciona uma reflexão crítica e fundamentada sobre o tema, procurando agregar valor nas teorias do jornalismo e do turismo, para que assim, possa ser desempenhado uma relação entre essas duas áreas. Ademais, aborda sobre o papel e o compromisso que o jornalista tem para com a sociedade, promovendo um parâmetro de como o jornalismo cultural é praticado, bem como a sua importância dentro das narrativas de viagem.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo cultural; webjornalismo; turismo; narrativas.

RESUMEN

Esta investigación hace parte del Trabajo de Conclusión de Curso, del Curso de Periodismo de la Universidad Federal do Pampa (Unipampa). En busca de comprender lo que trata el periodismo de viaje y a partir de una problemática, el presente trabajo propone analizar cómo las técnicas de producción periodistas se aplican dentro de los contenidos disponibles por los portales brasileños del periodismo en la red. Para eso, es necesario investigar cómo están desarrollando las narrativas del viaje de los sitios periodísticos, donde los mismos fueron obtenidos a través de un cuestionario, considerando la opinión pública. Busca realizar un levantamiento, por una coleta de datos, de las técnicas de producción, para contribuir con la identificación de los elementos periodísticos dentro de los editoriales de turismo. Además, proporciona una reflexión crítica y fundamentada sobre el tema, buscando valorizar las teorías del periodismo y del turismo, para que así, pueda desempeñar una relación entre esas dos áreas.

Palabras clave: periodismo; periodismo cultural; periodismo en la red; turismo; narrativas.

ABSTRACT

This research is part of the Undergraduate thesis, of the Journalism Course of the Federal University of Pampa (Unipampa). In an attempt to understand what travel journalism is about and from a problematic perspective, the present work proposes to analyze how journalistic production techniques are applied within the content provided by the Brazilian webjournalism portals. For this, it is necessary to investigate how the travel narratives of the journalistic sites are being developed, where they were obtained through a questionnaire, considering the public opinion. The aim is to conduct a survey, through data collection, of these production techniques, to contribute to the identification of the journalistic bias within the tourism publishing houses. In addition, it characterizes a critical reflection based on the theme, seeking to add value in theories of journalism and tourism, so that a relationship can be played between these two areas. In addition, it discusses the journalist's role and commitment to society, promoting a parameter of how cultural journalism is practiced, as well as its importance within the travel narratives.

Keywords: journalism; cultural journalism; webjournalismo; tourism; narratives.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 PROBLEMA	14
1.1.1 Contextualização do problema	14
1.2 DELIMITAÇÕES DO TRABALHO	17
1.2.1 Tema	17
1.2.2 Análise de conteúdo	18
1.2.3 Portais jornalísticos	18
1.3 OBJETIVOS	20
1.3.1 Objetivo Geral	20
1.3.2 Objetivos Específicos	21
1.4 JUSTIFICATIVA	21
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	23
2.1 AS CONJETURAS DO JORNALISMO E DO TURISMO	25
2.1.1 Fundamentos do turismo	26
2.1.2 A função do jornalismo e as narrativas de viagem	27
2.2 ABRANGÊNCIA E PERCEPÇÃO DESTES ÂMBITOS	29
2.3 ENTENDENDO O CONTEXTO	32
3. PROBLEMATIZAÇÃO TEÓRICA	37
3.1 AS CONCEPÇÕES DAS TEORIAS	37
3.1.1 Teorias do Jornalismo	38
3.1.2 A relação que reside entre o Jornalismo e Turismo	41
3.1.3 Pensando as técnicas de reportagem	42
3.1.4 A metodologia científica na construção do entendimento do objeto	44
3.2 DISCUSSÃO TEÓRICA DA PROBLEMÁTICA	47
3.3 HORA DE REFLETIR	51

4. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS	55
5. ANÁLISE DESCRITIVA DO CAMPO EMPÍRICO	61
6. CONSIDERAÇÕES GERAIS	72
REFERÊNCIAS	76
APÊNDICES	78

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca desenvolver questões pertinentes sobre as técnicas jornalísticas utilizadas para a composição das narrativas de viagem em portais brasileiros. Esta pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do Curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), onde a fim de investigar como o jornalismo de viagem se estabelece dentro dos sites com editorias de turismo, parte-se de uma problemática relacionada à necessidade de entender como os conteúdos disponibilizados por esses portais aplicam as técnicas de reportagem.

A delimitação determinada para a realização do trabalho está na sua estrutura e organização a partir de três eixos, discussão do tema; análise de conteúdo e portais jornalísticos analisados. Esses segmentos são o que condiciona alcançar um parâmetro do jornalismo e suas narrativas de viagem. O objetivo geral consiste em classificar do que trata esse tipo de jornalismo, através de questionamentos sobre as técnicas de produção, já os objetivos específicos procuram identificar o viés jornalístico dentro das editorias de viagem, além disso, contribuir com qualidade das produções e reflexão crítica.

Há uma justificativa baseada na observação e pesquisa exploratória sobre como os portais jornalísticos carecem de um olhar crítico quando as matérias são relacionadas ao turismo. Além disso, como é significativo obter uma percepção mais aprofundada dentro das narrativas, por meio da visibilidade de matérias trabalhadas com esse gênero, viabilizando uma discussão sobre as práticas do jornalismo cultural e abordagem de conteúdos com utilidade pública, resultando em melhores condições para a área acadêmica da Comunicação Social.

Neste sentido, a proposta é discutir o tema a partir de sua contextualização, delimitação, objetivos e justificativa, para nortear a construção da pesquisa, de forma que estabeleça uma compreensão sobre o que está sendo investigado, assim como as discussões teóricas fundamentadas por autores, que permitem promover argumentos críticos sobre o jornalismo e sua relação com o turismo.

Deste modo, visto que a pesquisa demanda a exploração de outros campos do conhecimento, utiliza-se da transmetodologia (MALDONADO, 2002), como forma de

procedimento metodológico, trazendo o diálogo das áreas das Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Ciências Econômicas e âmbito Tecnológico. Especificando essas áreas, são feitas apropriações diretas e/ou indiretamente do jornalismo, turismo, história, geografia, cultura, sociologia, filosofia, economia e tecnologia.

Para colocar em prática as propostas desta pesquisa, utiliza-se de um formulário online para a execução da coleta de dados. Este formulário é composto por critérios e categorias que permitem identificar, com a computação dos dados, os elementos jornalísticos de cinco portais brasileiros. As etapas do formulário estão separadas por técnicas de produção; técnicas de redação; tipo de conteúdo; estética do conteúdo multimídia; pauta e abordagem jornalística. Sendo assim, com o preenchimento desses critérios, tem-se o resultado da coleta e a execução da análise crítica das matérias.

1.1 PROBLEMA

O problema da pesquisa, segundo Bonin (2011), está relacionado a questões orientadoras que funcionam como eixo ordenador de toda a estruturação do projeto. Visto que é questionável a maneira de como o jornalismo vem trabalhando com as narrativas de viagem em roteiros turísticos, através dos conteúdos disponibilizados nos portais, há uma necessidade de tratar o tema de forma aprofundada e buscar entender como essas matérias estão se apropriando das técnicas de reportagem jornalística. Sendo assim, ao abordar sobre como o jornalismo de viagem consiste atualmente e relacioná-lo com suas produções, surge a seguinte questão:

De que forma as técnicas de produção jornalísticas são aplicadas nos portais que trabalham com conteúdos de viagem?

1.1.1 Contextualização do problema

A contextualização faz parte do momento contemporâneo de uma pesquisa, ou seja, ela ajuda a encontrar nexos no objeto estudado. Para Bonin (2011, p. 27), "o contexto é parte constitutiva da formulação do problema, ele define as relações do objeto investigado com a realidade na qual está inserido", em se tratando de jornalismo de

viagem, é importante ressaltar que a existência de relatos sobre turismo não é de hoje, pois as narrativas estiveram relacionadas às descobertas de territórios, novas populações, curiosidades e estranhamentos. Segundo Martinez (2012, p. 37) “Esta viagem jornalístico-literária começa entre os gregos. Devemos a Homero a primeira narrativa de viagem que chega até nós. O poeta grego teria vivido em VIII a.C., justamente no momento em que a escrita nasce na Grécia antiga.” Homero pode ser considerado um dos primeiros produtores de narrativas de viagem, já que relata sobre a saga de Ulisses em busca do lar em “Odisseia”, e após a invenção da tipografia por Gutenberg no século XV, foi possível que as narrativas pudessem ser transformadas em registros através de guias e mapas.

No Brasil, após o surgimento dos primeiros jornais, o espaço para as narrativas de viagem se dava por meio da publicação de obras literárias e a escrita possuía mais da característica da literatura do que especificamente da escrita do texto jornalístico (RODRIGUES, 2008). Como exemplo disso, há os livros que se destacam na categoria de turismo como “A Volta ao Mundo em 80 dias”, “A Democracia na América”, “As Viagens de Marco Polo”, “De Moto pela América do Sul”. Todo viajante tem um potencial para ser narrador, deste modo, nota-se que atualmente os relatos e as reportagens se expandiram, dos livros à internet, dando espaço para novas publicações serem realizadas e em diferentes formatos, isso explica o porquê muitas pessoas compartilham suas experiências em locais turísticos através de blogs. Consequentemente, a necessidade do jornalismo em se adaptar e explorar esse espaço gera uma nova oportunidade para os profissionais da área, visto que também tinha o público alvo, “percebendo o interesse do público pelos relatos de viagem, a mídia teve papel de destaque na divulgação desta modalidade jornalístico-literária” (MARTINEZ, 2012, p. 44). Desse modo os jornalistas, além de possuir a capacitação profissional, também têm habilidades para dar continuidade às narrativas nas editorias de turismo a partir de um olhar crítico e uma produção completa, diferenciando-se daqueles que não estão aptos para tal função. Porém, ao pesquisar sites hegemônicos que trabalham com essa editoria, não encontra-se o esperado, ou seja, conteúdos informativos sobre o local de forma mais explicativa e aprofundada. Mesmo com essa área sendo expandida, como exemplos de programas de televisão que trabalham com isso, produzindo conteúdos

sobre esse gênero, os sites em si carecem de uma produção equivalente, uma vez que a internet permite explorar diversas plataformas para a composição e complementação multimídia de produto.

Já que as narrativas desenvolvidas pelo jornalismo de viagem é visto como parte de um jornalismo especializado, que exploram matérias sobre locais turísticos nas editorias culturais, especificamente de viagem, dentro das revistas e jornais, é questionável o modo como tem se realizado suas produções. Embora existam cursos profissionalizantes desse gênero jornalístico, ainda é limitado, sendo que no Brasil encontra-se apenas na Faculdade Cásper Líbero, assim como na Espanha, por meio da pós graduação da Universitat Autònoma de Barcelona. Portanto, percebe-se que ainda há uma complexidade para entender de fato como é praticado, visto que através das produções de conteúdos publicados nas editorias de sites que trabalham com esse tipo de jornalismo, é possível verificar que a maioria das matérias são superficialmente elaboradas, enquanto deveriam ser aperfeiçoadas e detalhadas, trazendo características próprias e apropriando-se de técnicas a partir de críticas, fontes e informações de utilidade pública.

A credibilidade do jornalismo depende de seus preceitos básicos e técnicas para que não seja apenas um entretenimento. Há a urgência de sites que tratam desse gênero reestruturar a maneira de produzir as narrativas devido a contribuição jornalística esperada, visto que sites jornalísticos são fontes confiáveis para o leitor. Lembrando que, o jornalista tem um papel fundamental na sociedade e pode explorar as pautas de turismo a partir do desenvolvimento que ele traz.

O jornalismo e o turismo no início do século XXI, e suas inter-relações, representam o desenvolvimento de duas poderosas estruturas do mundo moderno. Enquanto o turismo solidifica-se como a terceira economia do planeta que mais gera empregos (diretos e indiretos), o jornalismo apresenta-se como o quarto poder. (RODRIGUES, 2008, p. 5)

O desenvolvimento cultural, econômico e social são abordagens que o jornalismo deve trazer para as editorias de turismo através da apuração jornalística. Mesmo que essas narrativas tenham características mais livres desde a sua forma de escrita até na composição dos materiais, a importância da informação continua a mesma, pois o leitor de viagem busca por conteúdos de serviço. Sendo assim, é relevante e necessário

questionar como os portais de comunicação, especificamente o jornalismo, deveriam se apropriar das técnicas jornalísticas em seus conteúdos.

1.2 DELIMITAÇÕES DO TRABALHO

A delimitação do trabalho tem como finalidade descrever o corpus, ou seja, o que a monografia busca abordar e compreender durante a construção da pesquisa. Sendo assim, a delimitação de “Jornalismo de Viagem: técnicas jornalísticas empregadas em narrativas das editorias de turismo em sites brasileiros” trata especificamente de turismo nos sites jornalísticos brasileiros, que foram selecionados por meio de um questionário de opinião pública, onde a indicação desses sites foi baseada na pesquisa exploratória e Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM)¹.

A proposta é analisar e compreender questões relacionadas à utilização das técnicas de reportagem como a produção, redação, conteúdo, estética e pauta jornalística, visto que as publicações envolvendo as narrativas se diferem de um site para o outro. Além disso, ter um parâmetro do que o jornalismo de viagem vem trabalhando na composição de suas narrativas, através das matérias disponibilizadas pelas editorias de turismo dos sites jornalísticos selecionados.

Para atingir a proposta e realizar essa delimitação, há três segmentos que ajudam na estruturação e organização do trabalho, sendo eles a) tema; b) análise do conteúdo; c) portais jornalísticos analisados. Essa relação e costura dos tópicos irão proporcionar uma dimensão do que será fundamentado e discutido dentro do que foi proposto.

1.2.1 Tema

O tema, segundo Marconi e Lakatos (2003), passa por um processo de especificação, ou seja, trata de um assunto próprio, singular e específico, como é o caso do Jornalismo de Viagem. Embora há a existência da temática desde a época do grego Homero, por meio de suas narrativas de viagem é necessário explorar, observar e analisar como, de fato, o jornalismo em si vem praticando essa narrativa dentro dos sites jornalísticos.

¹ Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: <http://pesquisademidia.gov.br/>

Sendo assim, há uma necessidade em compreender a definição dessas narrativas e sua contextualização, visto que, no âmbito acadêmico, carece de materiais que retratam esse tema a ponto de responder os questionamentos surgidos. Dito isto, torna-se pertinente ter um estudo mais aprofundado e uma crítica construtiva, para que tenha-se uma contribuição do jornalismo atual a partir da relação existente e o envolvimento em dessa profissão em editorias culturais.

Além disso, o tema traz a oportunidade de trabalhar com a transmetodologia, ou seja, abordar o processo transmetodológico na compreensão das narrativas de viagem, pois trata o objeto no âmbito tecnosocial e o aproveitamento de outras áreas do conhecimento como geografia; economia; história; sociologia; política; entre outras, que permitem colaborar com olhares e ângulos distintos para a pesquisa acadêmica em Comunicação Social.

1.2.2 Análise de conteúdo

Quando se propõe estudar e explorar um tema, é parte fundamental analisá-lo para entender seu conceito. Para Barichello (2014 p. 90) “A análise de conteúdo é um método das ciências sociais e humanas que se destina a investigar fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”, desta forma, será utilizado um formulário descritivo como principal ferramenta para colaborar com esse método proposto e analisar os portais jornalísticos.

A análise de conteúdo é indispensável neste caso, pois quando se busca compreender um objeto é preciso acompanhar seus movimentos e, diante disso, a análise permite trazer diversas características e trabalhar aspectos de diferentes áreas. Com isso, a necessidade de analisar cinco portais jornalísticos é devido a falta de entendimento do tema em relação à produção de conteúdo das editorias de viagem, contribuindo assim para a resposta da problemática.

1.2.3 Portais jornalísticos

A seleção dos portais jornalísticos através da opinião pública propõe um desafio de trabalhar com as maneiras de analisar as narrativas de viagem. Quando se pensa em

sites jornalísticos, é possível entender a dimensão de como podemos explorá-los, já que a utilização de portais traz um espaço que antes o jornal impresso não poderia.

A oportunidade de aproveitar e produzir conteúdos nos sites jornalísticos por meio da exploração de ferramentas que são disponibilizadas na internet contribui para um material mais completo. Segundo Mielniczuk (2000, p. 3) “A expectativa é a de que o jornalismo online ao distanciar-se do modelo jornalístico e empresarial do jornal de papel, explore e encontre seus próprios caminhos neste ambiente multimidiático que é a Internet”. Sendo assim, há uma intenção de analisar profundamente como esses portais que tratam de conteúdos de viagem trabalham as matérias, voltados também ao complemento multimídia.

Para dar continuidade, é preciso entender brevemente como são definidos e caracterizados os portais jornalísticos tratados neste trabalho, onde os mesmos foram considerados os mais acessados pelo público, sendo eles: Catraca Livre², Viagem e Turismo³ da editora Abril, Universo Online⁴ (UOL), G1⁵ e O Estado de São Paulo⁶ (Estadão). Esses sites jornalísticos trabalham com editorias especializadas em viagem e turismo que foi um dos critérios fundamentais para a análise.

É necessário verificar como se compõem as páginas de cada portal selecionado, começando com editora Abril que deu início às publicações sobre o turismo, nos anos 90, por meio da revista Viagem e Turismo, essencial para compreender os estudos de conteúdos dedicados às narrativas turísticas. O material específico sobre o tema alcançou uma alta circulação, chegando a publicar mais de 120 mil exemplares. Embora a editoria tenha sido desvinculada da revista em agosto de 2018, seu conteúdo digital permanece disponível e as redes sociais em funcionamento como o instagram, que atualmente conta com 596 mil seguidores, o Facebook com 1.880.454 curtidas e o Twitter com 454,7 mil seguidores.

Já o portal de comunicação Catraca Livre, abrange diversas áreas mas tem como foco trabalhar temas relacionados à cultura e serviço. Embora não esteja na última lista da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) como os outros sites jornalísticos, é inevitável

² Portal Catraca Livre: <https://catracalivre.com.br/>

³ Revista Viagem e Turismo: <https://viagemeturismo.abril.com.br/>

⁴ Portal Universo Online (UOL): <https://www.uol.com.br/>

⁵ Portal G1: <https://g1.globo.com/>

⁶ Portal O Estado de São Paulo (Estadão): <https://www.estadao.com.br/>

ignorar o grande acesso da população brasileira em suas redes sociais, inclusive quando se trata exclusivamente de assuntos de viagens. A página geral do Facebook desse portal contém 8.720.829 curtidas, instagram 874 mil e 1,8 milhão de seguidores, além disso, possui páginas específicas sobre a editoria de viagem com 19,4 mil curtidas no Instagram e 1.558.402 no facebook.

Os três próximos portais são hegemônicos, o Universo Online (UOL) se denomina com o slogan “O melhor conteúdo”, foi fundado pelo Grupo Folha, existe desde 1996 e trabalha com o público geral. Segundo o portal, a empresa recebe mais de 90 milhões de visitantes por mês. Na página oficial do Facebook tem 8.139.018 pessoas, no Twitter 1.057.910 seguidores e no Instagram 754 mil. A parte que trabalha conteúdos de viagem possui dez subeditorias e encontra-se dentro da editoria “Universa”.

O G1 é um site de notícias que existe desde 2006 e faz parte do Grupo Globo, seu slogan é “Saiba mais. Saiba antes”, que diz realizar um jornalismo de conhecimento sobre fatos e pessoas, também define essa atividade como uma forma de apreensão da realidade. O portal possui um público abrangente devido ao fato de trabalhar com diferentes editorias. Sua página oficial do Facebook tem 10.585.093 curtidas, no Instagram 2.465.849 seguidores, no Twitter 9.897.759 no perfil em geral e 5.910 seguidores no Twitter específico de viagem (@g1viagem).

Por fim e não menos importante, o Estado de São Paulo (Estadão), portal hegemônico e existente desde 1875. O site jornalístico trabalha com editorias distintas, desde política à cultura. Em 2015, o jornal tinha a circulação em média de, aproximadamente, 160 mil exemplares e quase 78.500 na sua versão digital. Atualmente, conta com 6.159.344 seguidores na página do Twitter, no Facebook possui 3.767.593 curtidas e no Instagram 833 mil seguidores. Além das páginas oficiais do site jornalístico, o Estadão dispõe de um usuário em cada uma dessas redes sociais voltados à editoria de viagem, sendo no Instagram (@viagemestadao) com 35.566 e no Twitter 38.380 seguidores, e no Facebook 24.687 curtidas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Classificar e analisar como o jornalismo trata as narrativas de viagem, questionando as técnicas de produção jornalística nos conteúdos publicados em portais jornalísticos brasileiros.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Realizar um levantamento do estado da arte relativo ao tema.
- b) Identificar o viés jornalístico na produção de conteúdo dos sites jornalísticos sobre viagem.
- c) Contribuir com a qualificação da produção jornalística sobre viagens a partir da análise de dados obtidos e uma reflexão crítica fundamentada.

1.4 JUSTIFICATIVA

A justificativa em realizar a monografia sobre jornalismo de viagem e as narrativas está relacionada com a falta da utilização das técnicas jornalísticas nas produções dos conteúdos nos portais. “A justificativa deve considerar os avanços que a investigação trará em relação ao conhecimento já acumulado no mesmo a partir de outras pesquisas” (BONIN, 2011, p. 23), ou seja, embora exista a editoria de turismo/viagem nos sites jornalísticos, não há um aprofundamento com a utilização de apuração com fontes e apropriação das devidas técnicas que o profissional necessita para a composição do conteúdo. Portanto, ao abordar sobre esse tema e relacioná-lo com conceitos jornalísticos, pretende-se colaborar para que essa área cultural possa agregar valor jornalístico em suas produções. É relevante retratar a importância do uso das técnicas para a realização das matérias de viagem, visto que, ao escolher tratar sobre a produção de narrativa em roteiros turísticos, é preciso também dar visibilidade às referências teóricas para que elas tenham relação com a prática, já que as histórias turísticas contadas por esses sites precisam do viés jornalístico, e por isso é uma forma de fortalecer o que esse gênero vem trazendo para o mercado de trabalho e oferecendo aos seus leitores. Por meio do recorte das narrativas de viagem em sites jornalísticos do Brasil, pode contribuir

para a elaboração de conteúdos de utilidade pública. Além disso, ampliar materiais de jornalismo cultural no âmbito acadêmico de Comunicação Social.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

A contextualização é parte primordial na construção de uma pesquisa e apropria-se de elementos que estão relacionados ao que gira em torno do objeto trazendo características que podem ser utilizadas. Segundo Maldonado (2011, p. 281) “A contextualização permite uma visão abrangente e ao mesmo tempo particular, e situa o contexto do problema como articulador dos outros contextos na estruturação da pesquisa”, ou seja, a partir de um problema definido, como visto no capítulo anterior, há a possibilidade do aprofundamento do tema em outras esferas, em consequência de que a questão norteadora passa a ser o caminho para que o contexto seja explorado.

Neste capítulo, é abordado sobre as áreas que fazem parte da composição do tema como o jornalismo, turismo, cultura, história, geografia, economia, filosofia, tecnologia entre outros campos que ajudam no entendimento da atual problemática. Porém, para a realização desta etapa é preciso compreender, de modo geral, a importância da contextualização.

Na pesquisa, a contextualização é um processo de reflexão, aprofundamento, sistematização e exposição que dá valor sócio-histórico e científico aos projetos. No caso da comunicação, é indispensável situar cada pesquisa nos múltiplos contextos (acadêmico, social, geopolítico, cultural, tecnológico, religioso, etc.) (MALDONADO, 2011, p.280)

Deste modo, entende-se que quando trata-se das narrativas de viagem, a sua estrutura envolve diferentes âmbitos, principalmente o turismo, que é um setor significativo para o desenvolvimento local, prova disso é que em 1998, por meio da Medida Provisória nº 1.794-8 foi criado um Ministério do Esporte e do Turismo e, em 2003, também pela Medida Provisória nº 103, o ministério foi desmembrado e a atividade turística foi reconhecida pelo Governo Federal como um fator importante para o crescimento econômico e social do país.

A expansão do setor turístico foi um fenômeno mundial, no Brasil, abriu as portas para a chegada de viajantes de todos os lugares, entre 1990 e 2004, a movimentação de turistas internacionais aumentou para 73%, segundo o Ministério do Turismo (MTur)⁷

⁷ Ministério do Turismo (MTur): <http://www.turismo.gov.br/>

com base na Organização Mundial do Turismo⁸. Ainda segundo o MTur, o turismo e o entretenimento estão entre as áreas que geram empregos diretos e indiretos, porque reflete, no mínimo, em 52 ramos de atividades. De acordo com esses dados, pode-se relacionar com o que entende Maldonado (2011) sobre o contexto, que mantém uma relação do objeto investigado por meio do conjunto da realidade em que está inserido e, com isso, possibilita o conhecimento da ligação e os encadeamentos do mesmo.

Em vista disso, este capítulo trata da parte contextual relacionada a composição do Turismo e do Jornalismo, de modo que esses dois campos possam interagir a favor da comunicação e da sociedade, tanto em portais jornalísticos cujo compromisso é manter a informação disponível aos cidadãos como no âmbito acadêmico, que pode contribuir para futuros estudos do tema. O motivo para tal pesquisa é que, atualmente, a maioria dos portais jornalísticos hegemônicos brasileiros possuem a editoria de turismo, sendo pertinente estudar e analisar como as narrativas são construídas.

Para isso, são feitas apropriações de autores que trabalham com o assunto para embasar o tema. A princípio, a apresentação da contextualização é dividida em duas partes sendo elas a) Fundamentos do turismo a partir de Nilsen (2002) e Ignarra (2011) para tratar da parte turística, desde o seu significado até o envolvimento em diferentes perspectivas que esse fenômeno está vinculado e b) A função do jornalismo e as narrativas de viagem através de Traquina (2005), Pena (2010) e Martinez (2012) que dissertam sobre a profissão do jornalista, o papel do jornalismo na sociedade e em relação a qualidade das narrativas relacionadas ao turismo.

Para a discussão são utilizados demais autores que levantam argumentos e sustentam a ideia de que os conteúdos jornalísticos precisam se aprofundar para suprir a necessidade que o leitor tem ao consumi-lo. O tema busca ser relacionado como uma das práticas do Jornalismo Cultural, abordado por Piza (2010) e Ballerini (2015), onde é explanado os gêneros jornalísticos e feito uma reflexão sobre a segregação das editorias, além de contextualizar sobre esse tipo de jornalismo no século XXI e como atualmente milhares de pessoas vêm trabalhando com matérias em blogs e redes sociais, não sendo necessariamente profissionais da área.

⁸ Site oficial da Organização Mundial do Turismo(OMT): <http://www2.unwto.org/>

Dito isto, são debatidas as questões de como os sites hegemônicos precisam tratar de seus conteúdos, já que a internet disponibiliza de ferramentas possíveis de melhorar a produção. Com isso, espera-se que os portais hegemônicos realizem conteúdos de serviço público e completos, melhor dizendo, que sejam capazes de produzir de acordo com as técnicas jornalísticas. Então, é possível que um conteúdo seja pensado para diferentes plataformas, de modo que sua produção seja composta por complementos que fazem parte das técnicas como texto, vídeo, fotos, podcast, etc, conhecido por Mielniczuk (2000) como multimídia.

2.1 AS CONJETURAS DO JORNALISMO E DO TURISMO

Como explicado, este trabalho implica demonstrar a contextualização a partir de como o jornalismo vem praticando e construindo as matérias sobre narrativas de viagem no que dizem respeito aos conteúdos especializados na editoria de turismo. Por isso, é preciso identificar como são compostas, atualmente, as produções realizadas através das técnicas jornalísticas.

Para desenvolver esse tópico, é importante ressaltar que o jornalismo tem uma função essencial na sociedade e um compromisso para com o seu leitor, ou seja, trabalhar com a informação, independente de sua editoria, o que torna fundamental a averiguação de como os materiais estão sendo circulados nos portais jornalísticos dessas editorias especializadas, como no caso dos conteúdos de viagens.

Sendo assim, o contexto será explicado a partir da compreensão básica do papel do jornalismo, o comprometimento dessa profissão, abordar a sua influência, acerca do que a mesma acarreta e como as narrativas de viagem ganharam espaço dentro dos portais jornalísticos. Além disso, demonstrar o princípio do turismo e seu desenvolvimento na população, para assim, desencadear outras etapas mais aprofundadas.

2.1.1 Fundamentos do turismo

Quando se pensa no turismo é comum remeter apenas às práticas de lazer, impedindo de enxergar a dimensão da importância que essa atividade traz para o crescimento do país, por meio da contribuição do desenvolvimento econômico, social, cultural, histórico e político. Nielsen (2002) explica que o turismo entrou em movimento após a Revolução Industrial, no século XIX, através de mudanças nos padrões de trabalho e lazer, onde os ciclos foram adequados à mão de obra dominada pelas máquinas. Desde então, vieram os avanços obtidos em diferentes setores, inclusive no turismo, que tornou-se mais acessível. Além disso, é possível encontrar suas origens no inglês Thomas Cook, que segundo Nielsen (2002), o empresário utilizou as impressoras de sua tipografia para realizar a primeira versão de folhetos e promover uma excursão de trem.

Não há uma definição exata para o significado de turismo, visto que abrange diversos âmbitos, podendo ser particular para cada pessoa. Para Ignarra (2011, p. 11) “O conceito de turismo é bastante controversa, segundo os vários autores que tratam desse assunto. O turismo está relacionado com viagem, mas nem todas elas são consideradas como turismo”. Desta forma, Ignarra (2011) trata o fenômeno envolvendo-o em quatro componentes com diferentes perspectivas: o turista; os prestadores de serviços; o governo e a comunidade do destino turístico. Dentro desses componentes, é possível observar o turismo através de questões como experiências, ferramenta para obter lucro, fator de riqueza, geração de empregos e intercâmbio cultural.

Há também outras abordagens para tentar descrever o que tem sido o turismo, Nielsen (2002) usa seis pontos de vistas sobre onde o fenômeno está tornando-se, baseados em pesquisadores, sendo eles: econômico, como uma atividade de movimentação econômica; técnico, em relação ao motivo que uma pessoa realiza uma viagem; experimental, definido de forma em que o turismo impacta na experiência individual de cada pessoa ao fugir da rotina; psicológico, que são benefícios psicológicos relacionados a viagens de férias, motivação ou desejo; holístico, qual engloba a ampla terminologia e várias interpretações de uma definição geral sobre turismo, em níveis diferentes; e

comunicativo, que retrata a atividade como uma função de marketing e experiência de comunicação.

A indústria de viagens e turismo é uma das que mais utiliza a tecnologia da informação (NIELSEN, 2002), auxiliando assim na divulgação de informações deste campo, principalmente com o acesso à internet, que possibilita os interessados a buscarem por qualidade no serviço através de sites que tratam do assunto. Conforme citado por Nielsen (2002), foi realizado um levantamento sobre os usuários de internet, em 1996, onde 89,9% usavam a internet para obter informações e 36,7% procuravam informações sobre um destino específico.

Se, há mais de duas décadas as pessoas já exploravam na internet a área turística, a tendência é crescer conforme o desenvolvimento tecnológico e a facilidade de acesso em portais de comunicação que trabalham com o tema. Atualmente, segundo o Ministério do Turismo (MTur), nos anos de 2015 e 2016, houve a chegada de 6,3 e 6,6 milhões de turistas ao Brasil, isso prova como essa área é significativa na compreensão do contexto econômico e social de lugares com forte circulação turística, sendo viável aprofundar em diversos aspectos a partir do espaço em que comunicação possui na sociedade. Portanto, no tópico a seguir, será apresentado como a comunicação, através do jornalismo, pode trabalhar no campo turístico.

2.1.2 A função do jornalismo e as narrativas de viagem

O jornalismo é uma profissão que existe há muitos anos e por si só é movido pela sua característica de curiosidade e do interesse em compartilhar com a sociedade uma história. Embora seja uma profissão que vive em risco no mercado de trabalho, não se pode esquecer quanto ao seu comprometimento e ética ao levar uma informação para a população. “Ao longo dos séculos, as pessoas têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos” (TRAQUINA, 2005, p. 20). A internet tem uma peça fundamental para que as pessoas consigam se manter informadas, visto que abriu portas para que as editorias fossem mais exploradas, principalmente as que envolvem cultura.

Apesar do veículo de comunicação estar em constante mudança, o jornalismo busca se adaptar, inclusive com o meio digital, onde facilitou a distribuição de conteúdos e deu surgimento a novas possibilidades para a profissão jornalística. Segundo Pena (2010, p. 177) “O ambiente virtual modificou vários aspectos da vida humana. No jornalismo, influenciou todos os tipos de veículo, em todas as fases de produção e recepção da notícia”, melhor dizendo, esse ambiente permite que a produção de matérias tenham mais complementos. Atualmente, a circulação constante de conteúdos em múltiplas plataformas faz com que tenha alterações no modo de produção das pautas, já que tudo tem de ser muito rápido para garantir a recepção do leitor.

Com a mudança que os meios digitais trouxeram, foi necessário que muitos jornais produzissem em alta escala para suprir a demanda dos públicos, por isso, muitas editorias começaram a perder espaço entre os meios, tendo os conteúdos segregados e cada vez mais resumidos, desqualificando assim o produto, já que foram decididos que uns eram mais importantes que os outros e o que interessa mais ao público alvo. Não se pode esquecer que há uma indústria mercadológica por trás disto, onde escolhe o que vai gerar mais lucro, porém, o papel do jornalista é levar informações relevantes às pessoas, que sejam de interesse público.

Num processo circular entre os membros da “comunidade interpretativa” e a sociedade democrática, o jornalismo foi definido como o preenchimento de certas funções na sociedade, ou, se preferirem, no cumprimento de papéis sociais bem precisos. (TRAQUINA, 2005, p. 128)

Consequentemente, para cumprir esse papel na sociedade, não basta apenas informar, é preciso interpretar, ter olhar crítico, produzir com profundidade e qualidade, para que assim possa propor reflexão ao telespectador. Por isso a importância discutir sobre as técnicas de produção e reportagem jornalística, para que as funções do jornalista não sejam equivocadas ou questionadas.

Antes de prosseguir, é fundamental entender que a sociedade é composta por uma diversidade cultural abrangente, portanto, para exercer a função jornalística tem que estar atento a esse detalhe. Por mais modificações que os processos jornalísticos sofram, o seu comprometimento para com essa sociedade deve permanecer e, junto disso, é importante trazer questionamentos sobre o que gira em torno da cultura, já que ela é a base para uma sociedade cheia de variedades e pontos de vistas. Além disso, para Traquina (2005) o

jornalismo é visto como um exercício e uma profissão de utilidade pública, as notícias são o alimento que os cidadãos precisam para que possam exercer seus direitos democráticos, sendo assim, a pauta não pode ser tratada com superficialidade e merece uma atenção maior antes de ser divulgada pelos meios de comunicação.

Como já dito, a internet possibilitou o jornalismo a explorar, de forma aprofundada, mais editorias como, por exemplo, a de turismo. Segundo Ballerini (2015, p. 18) “Com a passagem para o século 20, o jornalismo cultural praticado no Ocidente tornou-se menos opinativo, mais focado em reportagens e notícias, com uma clara divisão de gêneros jornalísticos e enfoque maior no entretenimento e bens culturais”, isto é, quando tratamos de turismo, podemos incluí-lo também com uma prática do jornalismo cultural, lembrando que a cultura é o reflexo de uma cidade, sendo um fator atrativo e essencial nos roteiros de viagens.

Deste modo, o profissional de jornalismo, independente da editoria, tem o compromisso em levar a informação de forma que satisfaça o leitor. No âmbito digital, atualmente, há inúmeros conteúdos disponibilizados em portais jornalísticos com narrativas relacionadas à editorias de viagem e turismo. “No caso brasileiro, em geral a qualidade da narrativa de viagem depende pelo menos de dois fatores: a abrangência da linha editorial e a habilidade textual do jornalista” (MARTINEZ, 2012, p.46), ou seja, além da necessidade de apresentar sobre o papel do jornalista em função da sociedade ao relacioná-lo com a produção das pautas, é preciso levar em consideração e questionar a qualidade do conteúdo final.

2.2 ABRANGÊNCIA E PERCEPÇÃO DESTES ÂMBITOS

Esta etapa da contextualização busca discutir e argumentar sobre o foi apresentado nos tópicos anteriores. Como visto, o turismo e o jornalismo não são apenas dois campos distintos, mas sim dois setores relevantes para o funcionamento atual da sociedade e que precisam da devida atenção. Ao tratar brevemente os fundamentos do turismo e o papel do jornalista, com base em autores, percebe-se a capacidade que a comunicação tem de trabalhar explorando, unindo e expondo diferentes áreas.

O jornalismo, ao trabalhar diretamente com a informação tem a possibilidade de tratar de qualquer assunto, desde que o foco informativo permaneça. Porém, isso só é viável contanto que as produções satisfaçam o leitor, ou seja, de modo que contribua com a profundidade dos conteúdos e atualmente a internet proporciona a realização de complementos multimídias para que tal profundidade aconteça.

Sendo assim, quando se fala em narrativas de viagem ligadas diretamente ao turismo, há um leque de possibilidades que permite que a comunicação, com um viés jornalístico, possa abordar sobre. Se para Traquina (2005) o jornalismo é visto como uma profissão que trata de utilidade pública, ao falar sobre o turismo ou qualquer outra área especializada não pode ser diferente. Deste modo, essas narrativas precisam explorar o contexto local, cultural, econômico e social, principalmente agora, que pode se beneficiar das ferramentas digitais.

Já que a internet permite um espaço maior para gerar produções jornalísticas, as editorias de turismo encontram-se em grande escala nos portais de comunicação e os conteúdos multimídias têm o objetivo de complementar as matérias disponíveis nas plataformas digitais. É comum que, ao falar sobre viagens, as produções se apropriem de uma linguagem mais intimista e direcionada para o público alvo. Entretanto, não se pode generalizar e concluir que essa forma de praticar esse jornalismo em específico, está sendo coerente, afinal, o leitor que acompanha matéria de viagem ainda busca por conteúdos de serviço e utilidade.

Então, se o turismo é uma área relevante para a movimentação econômica de uma cidade, como visto pelo Ministério do Turismo (MTur) e outros campos estão ligados a ele, as pautas devem ser estruturadas e pensadas de forma que destaque os diferentes âmbitos dentro da construção das narrativas de viagem jornalísticas. Piza (2004) entende que ao tratar de gênero jornalístico, a publicação tem um recorte que propõe ao leitor um conjunto de olhares sobre tendências e momentos em relação ao passado, desta forma, não há como apresentar uma matéria sem levar em consideração e envolver toda sua história.

Nos dias atuais, através da observação e pesquisa exploratória, os materiais encontrados em relação ao turismo não se enquadram apenas em um tipo, por isso a dificuldade em definir um conceito para o que é o jornalismo de viagem e a necessidade

de analisar em como vem sendo trabalhado seus conteúdos. Mas isso pode estar relacionado ao que diz Ballerini (2015) sobre o jornalismo cultural a partir da virada do século XIX para o século XX, na questão da baixa qualidade de produção, pois ao mesmo tempo em que encontram-se em inúmeros sites conteúdos voltados à viagem, não há um padrão sobre como as produções deveriam estar sendo realizadas, fazendo com que falte informações e o cunho jornalístico em si desapareça.

Ainda segundo Ballerini (2015, p. 43) “A prática do jornalismo cultural ainda se dá pelas plataformas tradicionais, mas também é feita aos milhões no mundo, a cada segundo, em sites, blogs, portais e redes sociais, acentuando a formação de nichos cada vez mais específicas”, deste modo, explica essa contrariedade das práticas das narrativas de viagem, já que estão sendo exercidas não apenas por profissionais, mas por qualquer pessoa que se denomina capaz de exercer tamanha função.

Em pleno século XXI, espera-se que a tecnologia esteja ao lado do ser humano, contudo, o poder dado a todos os usuários da internet faz com que a valorização do conteúdo disponível seja questionável e desvalorizado. Afinal, se todos podem produzir, por qual motivo credibilizar apenas alguns portais jornalísticos? Ballerini (2015) argumenta que o século XXI colocou a comunicação em crise, mudando em decorrer disso a prática do jornalismo cultural. Talvez isso seja uma das maneiras de compreender a complexidade das produções existentes na internet.

Outra forma de entender o que acontece nas editorias especializadas dentro dos portais de comunicação, como visto por Pena (2017), é sobre a falta de um preceito do jornalismo de resistência que está relacionado a fazer uma autocrítica do antes e depois da reportagem, isso envolve questionar a interpretação dos fatos, estereótipos e limitações. Isto é, será que se esse procedimento de autoavaliação crítica do profissionalismo fosse realizado constantemente, as produções disponibilizadas nos sites jornalísticos não teriam outros efeitos e resultados?

É notório que através do turismo surgem vários temas que precisam ser apurados e aprofundados, mas infelizmente há situações que impedem esse processo de construção. Por isso, sabe-se muito do jornalista e do veículo de comunicação ao acompanhar suas matérias, já que aspectos como a responsabilidade do serviço para com o cidadão; a apropriação e organização das pautas; a utilização das técnicas de

reportagem; as pesquisas exploratórias contextuais; os dados informativos, fontes e entrevistas fazem parte da elaboração de uma pauta.

Para melhor compreensão de como a função da comunicação pode ter efeito nas produções das editorias de viagem, Nielsen (2002) explica que o papel da mídia para um turismo estável, seguro e confiável são motivos que poderiam ser considerados a partir de três pontos de vista: busca de bem estar econômico; segurança quanto aos destinos; práticas seguras de turismo. “Em cada caso, a mídia de massa desempenha um papel específico. Os fornecedores de informação turística podem se beneficiar da compreensão desses relacionamentos” (NIELSEN, 2002, p. 125). Deve-se lembrar, novamente, que o jornalismo consegue aderir vários assuntos para a composição de conteúdo, mas nestes casos específicos, não deve ignorar pontos importantes e oportunidades de explorar pequenos fragmentos do turismo, para que possam render um material de qualidade.

Desta forma, é explícito que atualmente a internet possibilita o jornalismo de utilizar todas as ferramentas necessárias para colocar em prática as técnicas de produção. No entanto, ainda permanece uma curiosidade em discutir como vem sendo trabalhado isso dentro dos portais e por qual razão há tantas dúvidas relacionadas ao tema, pois, se o jornalismo especializado em viagem também é jornalismo, cujo compromisso com a sociedade é levar informação ao leitor, não deveria haver questionamentos sobre sua função.

Consequentemente, ao abordar sobre narrativas de viagens, deve-se esperar que o leitor tenha uma presença constante como forma de feedback e a produção dos conteúdos também esteja voltada para atender a solicitação do próprio público. Afinal, o tema está ativo em diversas plataformas, por meio de sites e redes sociais, sendo consumido por pessoas de diferentes perfis. Portanto, ao lidar com informação, é preciso entender como ela está chegando para o leitor, sendo assim, a seguir, será tratado como o turismo é uma tema pertinente para o jornalismo trabalhar.

2.3 ENTENDENDO O CONTEXTO

Neste tópico será dissertado de modo sintético, o que foi apresentado e discutido anteriormente, isto é, as questões relacionadas às funções do jornalismo e do turismo. Como citado, quando se trata da área turística, é de grande relevância observar como esse

ramo contribui para o crescimento do país, por meio do desenvolvimento econômico, social e cultural. Visto que em 2016 houve a chegada de 6,6 milhões de turistas no Brasil, como consta no Ministério do Turismo (MTur), pode-se perceber que a indústria de viagens está associada diretamente como forma de obter lucro, gerar empregos e cultura.

Quando se trata de vincular o conteúdo informativo a uma área tão ampla como a do turismo, é necessário entender que as pautas não podem ser superficiais a ponto de excluir os principais fatores que contribuem para a expansão dos locais visitados, uma vez que o leitor busca por materiais para que possa se basear antes de realizar uma viagem, ou seja, a informação passa a ser uma ferramenta determinante na vida de milhares de turistas.

Esse comprometimento que o jornalismo tem com a sociedade, ou pelo menos deveria ter, faz parte de uma forte característica do profissional em disponibilizar conteúdos úteis e de fácil acesso para o cidadão. Segundo Ignarra (2011, p. 19) “Para que esses movimentos turísticos, nas suas mais variadas formas, possam acontecer, há a necessidade da existência de alguns elementos. O principal deles é a destinação turística, ou seja, o local procurado pelo turista”, sendo assim, o encargo do jornalista de indicar o local a ser visitado demanda estudo prévio e pesquisas exploratórias sobre contexto sociocultural e econômico, de modo que contemple as necessidades do seu leitor.

Embora nem todas as pessoas que trabalham com matérias de viagem sejam qualificadas academicamente em Comunicação Social, devido a criação de diversos blogs, redes sociais e sites que abordam brevemente o tema, é possível que o profissional como um jornalista, se destaque ao apropriar-se das devidas técnicas de produção. Nota-se, então, um conflito entre a teoria e a prática ao discutir sobre como as narrativas de viagem vêm se estabelecendo nos portais jornalísticos hegemônicos brasileiros, já que os próprios sites entram em questão se estão utilizando adequadamente essas técnicas.

Retomando para a própria atividade jornalística, a objetividade e profundidade das pautas elaboradas fazem com que as sejam diferenciadas, algumas das características que Pena (2017) considera é a luta para transformar o significativo fato em interessante e relevante, a essência que se resume ao ter a disciplina de checar a informação, e o mais importante, a obrigação do jornalismo de trabalhar com a verdade. Desta maneira, se o

conflito está nas produções dos conteúdos de viagem nos portais jornalísticos, é indispensável identificar se essas características estão em falta.

Se, atualmente, a internet proporciona o fácil acesso à divulgação do material jornalístico, como a circulação de conteúdo em múltiplas plataformas, não pode ser esperado menos do que isso na composição de uma pauta, inclusive quando relacionadas às narrativas de viagem. Além disso, se o turismo contribui para o desenvolvimento do país e é um campo a ser explorado, não faz sentido que essa editoria tenha seu material segregado e desqualificado, pois, mesmo que os meios de comunicação sofram modificações, o jornalismo por necessidade tem de se adaptar aos novos.

Portanto, quando um conteúdo é pensado para a web, o jornalista tem a oportunidade de se aprofundar no tema e beneficiar-se. Não somente isso, a produção deve ser estruturada de acordo com o que está sendo reportado, por exemplo, Ignarra (2003) cita que a decisão da destinação do turista se desenvolve a partir de fragmentos como o atrativo turístico, que entende-se por recurso natural e/ou cultural; complexo turístico, relacionado a infraestrutura de alimento, hospedagem e entretenimento; centro turístico, sobre o aglomerado urbano existente no território que influenciam na visitação; área turística, sendo um centro turístico que contém atrativos e estruturas de transportes e comunicações; zona turística, definida como um território amplo e que contempla mais de um centro turístico.

A partir dessas orientações, seria possível pensar numa pauta para a web de modo que agregasse diferentes elementos e formatos multimídias como texto, fotos, vídeos, podcasts, infográficos, entre outros que pudessem ser relacionados entre si, tornando-a mais concisa e atrativa ao leitor. Para Mielniczuk (2000) “talvez uma alternativa de ferramenta que possibilitasse o uso do link na narrativa jornalística seria aquela que contemplasse a fragmentação do texto em células informativas já no momento da redação”, ou seja, esse link é o que relaciona e vincula um material ao outro, dando sentido a uma narrativa continuada. Diferentemente do que vem sendo encontrado nos conteúdos de viagem atualmente, onde grande parte são rasos e incompletos.

Visto que algumas editorias consideradas menos importantes começaram a perder espaço nos meios de comunicação, a internet vem sendo uma ferramenta que torna possível compensar essa segregação. Se turismo é uma área tão relevante na sociedade,

como citado nos tópicos anteriores, as editorias de viagem precisam começar a demonstrar isso através de um viés mais utilitário nas matérias. Piza (2004) trouxe um aspecto interessante de se analisar em relação a como a publicação dos gêneros jornalísticos precisa propor um conjunto de olhares, o que claramente vem deixando a desejar nas editorias de turismo.

Consequentemente, se o turismo é parte fundamental da economia e a indústria mercadológica está por trás do consumo que vai gerar mais lucro, os portais jornalísticos só tendem a ganhar ao investir em produções especializadas em viagem, porque contemplaria o leitor com a informação, a área cultural através do contato com o novo, a economia com a movimentação de turistas e o aspecto histórico e social com a visibilidade e conhecimento do local. Ou seja, essas áreas estão relacionadas e o jornalismo é uma das únicas profissões que pode evidenciar como isso se estabelece na prática.

Como profissão que cumpre levar a informação ao cidadão, o jornalista pode e deve realizar um trabalho com qualidade quando implica na questão de narrativas de viagem e, provavelmente, somente ao seguir as técnicas de produção e reportagem para compor essas matérias, é que poderá ser definido um conceito apropriado ao jornalismo de viagem. Martinez (2012) entende que um ponto fundamental em relatos de viagem é a percepção do narrador, necessariamente um observador atento e dotado de habilidade narrativa.

Deste modo, pode-se incluir também além do que visto pela autora, que a pesquisa exploratória, apuração e entrevistas são partes primordiais para a construção de uma narrativa. Martinez (2012, p. 40) também classifica a natureza das narrativas de viagem através de três pontos: “os relatos ficcionais, os não-ficcionais (escritos a partir de fatos reais, embora os autores possam usar recursos literários para tornar a leitura mais envolvente) e mistos, produtos de ficção inspirados em fatos reais”, sendo possível enquadrar as narrativas em diversos tipos e formatos contanto que não perca o viés informativo e utilitário.

Compreende-se que é possível juntar jornalismo com o turismo, mas ao que tudo indica, a forma de elaboração das pautas relacionadas às editorias de viagem precisa ser repensada, já que atualmente a internet possui inúmeras ferramentas que contribuem para

a comunicação. Além disso, buscar sempre atentar-se sobre o que o leitor está pesquisando, pois, de modo geral, o público procura por conteúdos informativos e não apenas de entretenimento.

Sendo assim, embora há outros sites como blogs e redes sociais, que tentam produzir materiais com foco no turismo, os portais hegemônicos têm a grande vantagem de trabalhar com uma equipe qualificada pela formação, equipamentos profissionais, experiência, público alvo, entre outros. Porém, mesmo em vantagem por meio desses aspectos, não significa que estão realizando um trabalho de qualidade quando refere-se ao turismo. Por isso, há a necessidade de trazer o máximo de detalhes sobre como acontece na prática e o que pode ser complementado e/ou modificado, de forma que dê uma personificação a essa atividade. Para dar continuidade na pesquisa, a seguir, será discutido e fundamentado teoricamente sobre o turismo por meio da prática jornalística.

3. PROBLEMATIZAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo procura trabalhar com estudos consideráveis dentro da pesquisa e, portanto, contribuem para norteá-la através de argumentos que embasam o tema em questão. Bonin (2011, p. 25) retrata a problematização teórica como uma “Linha arquitetônica fundamental de um projeto de pesquisa consolidado. Sua adequada construção permite que se visualize uma rede de conceitos trabalhados em articulação para sustentar a compreensão do problema investigado”, isto é, esses conceitos são colocados problematizando o que vem sendo discutido durante a indagação do objeto, com o propósito de refletir e desvelar as questões que surgem no desenvolvimento da pesquisa.

Desta forma, o capítulo é dividido em partes que procuram discorrer teoricamente, por meio de uma reflexão crítica, a relação existente da área jornalística com as produções turísticas. A princípio, são apresentados quatro eixos dentro de uma revisão bibliográfica, para proporcionar a problematização teórica. Esses eixos são definidos a partir de: a) Teorias do Jornalismo, que buscam inserir elementos teóricos do papel do jornalista e seu compromisso como comunicador para com o público; b) A relação que reside entre o Jornalismo e o Turismo; através de expor como a mídia trata os conteúdos no âmbito turístico; c) Pensando as técnicas de reportagem e d) A metodologia científica na construção do entendimento do objeto.

3.1 AS CONCEPÇÕES DAS TEORIAS

Esta parte é desenvolvida através da visão dos principais autores que respaldam esse trabalho. Após identificar o problema e ter discutido sobre, é indispensável o aprofundamento do assunto por meio de um olhar acadêmico e didático que pretende se estabelecer nessa pesquisa.

Portanto, essa etapa teórica é definida por tópicos que ajudam na absorção do conhecimento sobre o tema sendo composto pela relação do Jornalismo e o Turismo; Teorias do Jornalismo; Técnicas de Reportagem e a Metodologia. O objetivo é considerar diferentes pontos de vistas que permitem conceituar e problematizar o objeto para que no

decorrer do capítulo seja explorado, discutido e argumentado.

3.1.1 Teorias do Jornalismo

Antes de aprofundar especificamente no tema, é preciso voltar à base jornalística, no caso, às suas teorias. Num momento interior, foi ressaltado sobre o papel do jornalismo na sociedade, onde é uma profissão que existe há muitos anos e por si só é movida pela sua característica de curiosidade e do interesse em compartilhar com a sociedade uma história.

Para este tópico, é usado de apropriações de Traquina (2005), onde diz que ao longo do tempo as pessoas têm utilizado do jornalismo para se manterem informadas sobre os últimos acontecimentos, além disso, trata que o jornalismo é o cumprimento de papéis sociais e o preenchimento de algumas funções. Deste modo, a função do jornalismo como já visto nos capítulos anteriores é, acima de tudo, ter o comprometimento com a população e por isso é fundamental entender que essa sociedade é composta por uma diversidade cultural abrangente.

Ainda para Traquina (2005) o jornalismo exerce a função da realidade, da vida em todos os sentidos, seja no econômico, social, científico, educação, cultura, arte, livros, entre outros, ou seja, o jornalismo vem de histórias e por tal motivo é preciso fazer o uso de teorias para entender a profissão antes de relacioná-la com o tema. Esse jornalismo, segundo o autor, é vindo de suas raízes no século XIX:

A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos nos jornais; um número crescente de pessoas passou a dedicar-se a tempo inteiro a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo - fornecer informação e não propaganda. Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e a noção do jornalismo como um serviço ao público. (TRAQUINA, 2005, p. 34)

Logo, esses preceitos dão base para que a atividade jornalística exerça sua função em tempos atuais, visto que ainda há sites jornalísticos que fazem o uso de propagandas para ganhar maior aquisição financeira e acabam deixando a informação como segundo plano. Esse paradigma no jornalismo tem como objetivo tornar a informação como algo

primordial para seu público em razão de que essa profissão trabalha com serviço e utilidade para com os cidadãos.

Para fortalecer e complementar o estudo do jornalismo, também é aplicado o conhecimento de Pena (2010), que trabalha com elementos importantes dentro das teorias como, por exemplo, a teoria do espelho, onde sua definição se dá através da observação da realidade. Para o autor (2017, p.125) “A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano”, ou seja, o jornalismo deve manter sua funcionalidade através de reportar o que acontece diariamente.

Além disso, ao retratar sobre narrativas de turismos, pode-se utilizar Pena (2010) para desenvolver temas precisos que colaboram para o desenvolvimento do jornalismo de viagem, sendo eles os gêneros jornalísticos, que trata sobre a necessidade de habilidades ecléticas e como, atualmente, o jornalista passa a ter mais de uma função, devido ao que vem acontecendo com frequência dentro dos veículos de comunicação.

Antes de entrar no próximo item, Pena (2010) também considera diversos fatores para a realização de uma reportagem que são importantes a serem destacados, alguns deles são a) assuntos sobre fatos; b) trabalhar com enfoque; c) trazer repercussão e aprofundamento; d) procurar se envolver e usa a criatividade como recurso; e) trabalhar com contextos, consequências e novas fontes.

Visto que os dois autores abordam sobre as teorias e seus conceitos, é indispensável tratar do jornalismo de viagem sem relacioná-lo a compreensão e o conhecimento dos mesmos, pois o gênero exige que os elementos jornalísticos tratados teoricamente façam parte da construção das matérias. Desse modo, o próximo ponto desenvolve sobre o elo existente entre as duas áreas: Jornalismo e Turismo.

3.1.2 A relação que reside entre o Jornalismo e Turismo

Durante o trabalho, muito se falou sobre o jornalismo de viagem e como as narrativas ligadas às editorias de turismo dos portais que possuem grandes acessos precisam ser analisadas em vista de que, esse jornalismo, ainda carece de uma definição. Para tanto, há autores que podem contribuir com o que pretende-se discutir e estudar, então, este item traz uma mescla de conteúdos que envolvem tanto o turismo quanto o jornalismo, principalmente voltado ao âmbito cultural.

Inicialmente, é determinante entender que a filosofia está por trás de qualquer prática humana, pois ela causa uma reflexão sobre o homem e o mundo, já que envolvem questões como a ética, o sentido da vida e a lógica de tais ações. Por isso, para abordar essa área é utilizado Netto (2005), onde o mesmo apresenta que devido a ausência dessas reflexões filosóficas, a academia do turismo tem carência de pesquisas científicas que trazem algo novo para o avanço desse campo.

Além disso, o autor traz questionamentos como “O que é o turismo? Como se produz conhecimento na área do turismo? Quais são as bases nas quais se fundamenta o conhecimento em turismo?” (NETTO, 2005, p. 28), isso torna evidente que esse âmbito necessita de uma definição de forma que consiga responder as perguntas pertinentes, para que depois possa ser relacionado em outras dimensões como a comunicação, história, sociedade, economia, cultura, entre tantas possíveis de trabalhar com esse ramo.

Para reforçar sobre os conceitos do turismo permanecem os autores Nielsen (2002) que retrata sobre o papel da comunicação na atividade turística, por meio teoria básica da comunicação e notas sobre sites da internet em relação a viagens, e Ignarra (2003) para ressaltar os enfoques básicos para o estudo do turismo e demais questões relacionadas.

Sabe-se que é viável explorar o campo turístico em diversos aspectos, mas quando associado à comunicação, a sua importância para o desenvolvimento local tem a chance de ser reconhecida. Castrogiovanni (2008) mantém o elo da geografia com o espaço turístico e entende que sem a Comunicação, talvez seja impossível compreendê-los. Logo, é por esse caminho que pretende-se chegar na relação que reside entre essas áreas.

A problematização gira em torno das narrativas de viagem publicadas nos portais jornalísticos brasileiros mais acessados quando se trata dessa editoria, mas há uma longa discussão para entender como essa atividade vem sendo executada. Castrogiovanni (2008) também mantém a concepção de como a comunicação é necessária sobre a conscientização de uma cultura turística:

Os meios midiáticos procuram agendar uma cultura turística de consumo para certos Lugares. Em outras palavras, tem havido a manipulação do espaço geográfico, através de um discurso, que encaminha para a necessidade de consumo de um Lugar, portanto é latente a discussão do que deve ser entendido por cultura turística. (CASTROGIOVANNI, 2008, p. 03)

Isto é, se existe o agendamento cultural de locais turísticos com o intuito de gerar o consumo, isso comprometeria o conteúdo disponibilizado para os leitores que buscam por informação. Sendo assim, para introduzir o trabalho jornalístico nessa área, é usado o autor Silva e Conceição (2007) onde descreve que todo jornalismo é uma atividade cultural em si, portanto o jornalismo de viagem, em sua prática, não deixa de estar realizando um trabalho cultural. Mas, o jornalismo cultural, embora seja um gênero específico, pode-se relacionar com este de viagens, como já explicado no capítulo anterior.

Para uma melhor compreensão do que foi proposto trabalhar, são feitas apropriações de Piza (2004) que trata especificamente o jornalismo cultural e entende que é uma prática onde deve ser aquilo que reporta e que as pautas culturais devem se preocupar em obter qualidade, sobretudo na sua apuração e crítica, trazendo referências e propondo reflexões na sociedade a partir da cultura, seja ela nacional ou internacional. Então, já que o jornalismo de viagem busca abordar e retratar sobre roteiros turísticos, é necessário que a abordagem traga um olhar crítico e a apuração jornalística passe a utilizar dos métodos e técnicas de produção. Afinal, isso está acontecendo na prática ou permanece apenas na teoria?

Também se utiliza o autor Ballerini (2015) que busca desenvolver sobre o jornalismo cultural especificamente no século XXI, como já citado brevemente, a partir de abordagens do jornalismo em novas plataformas e gêneros, que ajuda a compreender o tema através dessas práticas atuais, além de realçar a cultura como um reflexo da cidade e a importância da crítica jornalística.

Em relação às narrativas, para tratar especificamente sobre os contos de viagem como gênero jornalístico, há como influência a autora Martinez (2012), que trabalha com narrativas literárias e de viagem através das suas origens e junto a produção jornalística contemporânea.

A moda de viajar segue em voga e para atender esse público ávido por novidades as narrativas de viagem estão presentes em publicações semanais, de interesse geral, revistas masculinas, femininas e para adolescentes, entre outras, bem como em sites, como o UOL Viagens, além dos cadernos de turismo de jornais de todo o país, como o Estado de S.Paulo e a Folha de S.Paulo. (MARTINEZ, 2012, p. 46)

Ou seja, as editorias especializadas em turismo já estão há tempos aderindo públicos para consumir esse tipo de conteúdo. Para complementar e desenvolver sobre o turismo, Avighi (1992) explica que após a industrialização, a comunicação floresceu no terreno de transformações, inclusive as sociais e com isso, a comunicação passou a organizar o setor turístico.

Portanto, o jornalismo de turismo é atualmente um dos gêneros que vem se destacando, embora sua importância não seja de hoje. Vai além do interesse pessoal e do lazer, como uma ferramenta histórica e contemporânea, onde as pessoas se baseiam para obter mais informações de áreas turísticas. A seguir, será apresentado a importância da utilização das técnicas do jornalismo quanto às produções de conteúdos.

3.1.3 Pensando as técnicas de reportagem

Após estudar a associação existente entre o jornalismo e a área turística e entender as suas teorias, deve-se destacar e problematizar sobre as técnicas de reportagem que necessitam ser encontradas nas produções jornalísticas, onde abrange a pauta, apuração, entrevista, entre outras. Floresta e Braslauskas (2009) compreendem que no processo da construção de uma pauta, é necessário que os profissionais utilizem a criatividade e que não se deve ir a campo com julgamentos prévios. Quanto a apuração, as autoras dão dicas de ouvir o maior número de fontes para dar maior visibilidade ao assunto e saber observar esse processo de apuração.

A pesquisa e as leituras sobre o tema abordado são vistas como pontos importantes, além do repórter poder propor novas abordagens. Ainda para Floresta e Braslauskas (2009) a reportagem se torna mais rica quando o profissional consegue relatar, numa entrevista, a reação dos entrevistados, o que enriquece a produção jornalística e o conteúdo final, principalmente se desenvolvido na esfera multimídia, como posto no capítulo anterior por Mielniczuk (2000).

O processo de produção de uma matéria exige diferentes fatos e vertentes, a princípio, a construção de uma pauta deve passar por uma etapa prévia que envolve a equipe responsável pela editoria, a apuração, o levantamento de dados e a checagem de informações. Na hora da execução, essa pauta tem a possibilidade e deve ser explorada por todas as ferramentas possíveis.

É preciso fugir do óbvio durante a apuração, para Floresta e Braslauskas (2009, p. 45) “Uma coisa é pensar em como uma simples reportagem pode ajudar o leitor a construir sua opinião sobre algum assunto. Por isso mesmo, o jornalista precisa ficar muito atento às pessoas que ouvirá, para não dar visão limitada ao leitor”, ou seja, sabe-se que a observação do cotidiano é parte do trabalho de um jornalista, mas elaboração de um conteúdo não se pode esquecer que outras pessoas irão se basear através daquela informação publicada nos veículos de comunicação.

Sendo assim, para compreender as técnicas também precisa-se utilizar o autor Lage (2011) que discorre sobre a teoria, técnica de entrevista e pesquisa jornalística que contribuem para o aprofundamento das produções do jornalismo e auxilia na construção de estudos sobre o tema em profundidade, visto que a necessidade parte da problemática que está em torno de como são aplicadas essas técnicas de reportagem nos conteúdos de viagem dos portais analisados.

Quando trata-se do campo jornalístico surge a imagem do repórter, porém, durante 200 anos, a reportagem foi irrelevante dentro da imprensa (LAGE, 2011). Atualmente, o repórter embora reconhecido, ainda exerce uma das funções mais difíceis da sociedade: lidar com a informação através do retrato da realidade. Sendo assim, é fundamental que o uso das técnicas seja regra para o desenvolvimento de qualquer atividade jornalística praticada, independente do jornal que contempla a editoria.

Deve-se falar também das técnicas que fazem parte da construção de uma notícia, porque são elas quem dão as diretrizes de como colocar em prática e estabelecer elementos relevantes dentro da pauta. Segundo Lage (2011, p. 18) a notícia teve sua forma moderna a partir da valorização do aspecto mais importante de um evento “No caso do texto publicado, essa informação principal deve ser a primeira, na forma de lead - proposição completa, isto é, com as circunstâncias de tempo, lugar, modo, causa, finalidade e instrumento”, isso quer dizer que na publicação de uma matéria, esses passos precisam estar evidentes para que se tenha a transparência e a clareza do que o jornal está propondo ao leitor.

Desse modo, isso justifica a relevância e a necessidade de analisar os produtos de jornalismo de viagem, melhor dizendo, as suas narrativas, para assim, identificar nas produções esses requisitos citados pelos autores. Já que nem todas as reportagens são realizadas por jornalistas, é preciso ficar atento a construção de roteiros e as novas formas de relatos. Portanto, no seguinte tópico traz a contribuição para a continuação da pesquisa, tendo em consideração a parte teórica metodológica do tema.

3.1.4 A metodologia científica na construção do entendimento do objeto

A construção da metodologia é parte substancial do trabalho e o que orienta cada parte da pesquisa. Para constituir esse item são utilizados autores que dão sustentação teórica na estruturação do objeto. Bonin (2011) entende a parte metodológica como a dimensão que norteia o processo da construção da pesquisa em todos os seus níveis, sendo assim, busca tratar de forma aprofundada e explicativa o tema, contexto, problemática, objetivos, justificativa e também especificidades da pesquisa como a) pesquisa da pesquisa; b) pesquisa metodológica; c) pesquisa exploratória, que procuram compreender os processos de investigação do projeto.

O que foi apresentado até o momento faz parte de uma organização de ideias através de uma metodologia que permite dar espaço para a exploração mais detalhada do objeto. Quanto a essa problematização teórica, segundo Bonin (2011, p. 22) “Ela possibilita a construção de questões componentes do problema que vão além das perguntas tal colocadas pelo senso comum ou pela atividade profissional, porque são inseridas numa ordem propriamente compreensiva dos fenômenos, característica da

atividade científica”, ou seja, a partir do problema, essa pesquisa passa a adquirir outros elementos que contribuem para a reflexão teórica.

Ainda sobre a parte teórica utiliza-se de Maldonado (2011) para complementar e explicar que durante essa pesquisa exige uma problematização constante das ideias e dos raciocínios propostos, isso inclui a utilização transmetodológica para a construção do trabalho. Desse modo, essa pesquisa busca apropriar-se de diferentes áreas que possam inserir aspectos do problema, para que a sua construção seja fundamentada. Por isso, pode-se afirmar que a transmetodologia é parte instrutiva da pesquisa.

Para Maldonado (2015, p. 720) o transmetodológico “parte da premissa de que a investigação científica em comunicação precisa da confluência profunda, cooperativa e produtora da estruturação de métodos mistos, múltiplos”, isto é, seus componentes teóricos devem ir de além de suas origens, conseguindo redefinir-se, mas respeitando seu contexto ao utilizar uma proposta que busca enriquecer-se de uma metodologia mais profunda e abrangente.

Os nossos objetos/problema têm complexidades que demandam a confluência de várias estruturas teóricas (“disciplinas”) para realizar abordagens fortes sobre as problemáticas em estudo; estabeleceram-se nomeações como ciências da linguagem, ciências da comunicação, ciências sociais e ciências humanas, expressando articulações, deslocamentos, conflitos, visualizações e tentativas de estruturação complexas. (MALDONADO, 2002, p. 02)

Portanto, entende-se que a transmetodologia dialoga com outras áreas e por isso é preciso utilizá-la nessa problematização sobre as narrativas de viagem em portais jornalísticos. Pode-se perceber que o objeto aborda não somente a área da Comunicação Social Aplicada, mas também as Ciências Humanas, Econômicas e no âmbito Tecnológico, já que ao retratar sobre o tema, há uma necessidade de profundidade do seu contexto histórico para entender seu contexto atual e isso demanda a explanação de outras disciplinas.

Além dos procedimentos básicos, há os procedimentos didáticos, ou seja, o passo a passo que auxilia também na estrutura da metodologia e é apresentado por Marconi e Lakatos (2003), seguindo etapas através de conceitos, técnicas e relatório de pesquisa. O autor aborda um sistema de teoria que embasa o fenômeno estudado e retrata sobre o que é visto como senso comum e a relação da teoria com o fato, que consistem em classificações, conceitos, generalizações, princípios, entre outros. (MARCONI E

LAKATOS, 2003). Com isso, pretende contribuir no papel teórico vinculado à prática e como isso acontece.

A utilização desses processos na construção do entendimento sobre o objeto auxilia para responder a problemática da pesquisa. Segundo Gil (2008, p. 08) “Para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação. Ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento”, sendo assim, para compor os procedimentos metodológicos propostos que serão colocados em prática no próximo capítulo são necessários incluir as seguintes etapas: a) pesquisa exploratória; b) pesquisa de contextualização; c) pesquisa bibliográfica; d) coleta de dados; e) análise de conteúdo. Ainda para Gil (2010) o procedimento é fundamental na construção de hipóteses, já que os problemas propostos pela ciência são solucionados através da relação entre os fatos no dia a dia, ou seja, o tema está presente cotidianamente por meio da internet e as etapas metodológicas vão dar seguimento a pesquisa para garantir que se obtenha resposta através de uma sequência de fatores.

O tratamento dos dados, a inferência e a interpretação, por fim, objetivam tornar os dados válidos e significativos. Para tanto são utilizados procedimentos estatísticos que possibilitam estabelecer quadros, diagramas e figuras que sintetizam e põem em relevo as informações obtidas. À medida que as informações obtidas são confrontadas com informações já existentes, pode-se chegar a amplas generalizações, o que torna a análise de conteúdo um dos mais importantes instrumentos para a análise das comunicações de massa. (GIL, 2008, p. 153)

Dessa maneira, o tratamento dos dados a partir do material coletado para a análise é predominante em toda a pesquisa, porque é dele que possibilita-se uma conclusão de todo o levantamento gerado no decorrer da análise e após aplicar a principal ferramenta para que esse procedimento se concretize: o formulário online, ferramenta para colocar em prática o que está sendo discutido. Em se tratando de sites jornalísticos, é preciso atentar-se sobre as plataformas e como esse meio pode ser explorado. Palácios (2011) busca tratar dos mecanismos no ciberjornalismo e disponibiliza, através de um manual, uma proposta de Ferramenta para Análise de Memória, que é relacionado a esse formulário de critérios escolhido como suporte para as análises dos sites jornalísticos

com conteúdos de viagem, visto que, tanto o manual quanto o formulário esclarecem sobre os materiais e seus formatos como vídeos, fotos e áudios.

Além disso, Palácios (2011) demonstra com clareza, organização e objetividade sobre como realizar um levantamento de análise crítico e qualitativo, tornando-se a referência teórica que auxilia o preenchimento do formulário da pesquisa através das categorias existentes. Em consequência do que foi apresentado nesses últimos tópicos, será discutido nos próximos itens sobre os pontos teóricos colocados nessa problematização da pesquisa.

3.2 DISCUSSÃO TEÓRICA DA PROBLEMÁTICA

Anteriormente foi apontado o início de uma problematização teórica por meio de autores que dão suporte ao objeto estudado. De forma sucinta, essa problematização foi dividida em quatro partes que ajudam a obter um conhecimento específico do que cada autor propõe discutir. Primeiramente, complementando o que foi dito na apresentação teórica metodológica, os elementos de outras áreas que fazem parte da construção de uma reflexão teórica são incluídos na pesquisa porque somente assim esses componentes passam a ter valor científico em relação ao tema.

Em decorrência do que foi proposto por Marconi e Lakatos (2003) sobre seguir etapas que envolvem conceitos e técnicas da pesquisa, pode-se questionar, então, se na teoria o jornalismo segue preceitos que fundamentam essa profissão, antes de ser colocado em prática e, mesmo assim, a informação permanece em segundo plano devido ao espaço cedido dentro dos jornais para obter maior renda. Como poderia ser solucionado que os sites se apropriem dos métodos básicos sem perder a qualidade dos produtos?

Afinal, se a industrialização proporcionou o funcionamento da comunicação e isso ajudou a organizar o setor turístico, como exposto por Avighi (1992). Esse papel comunicacional vem sendo executado e/ou se adaptando às novas formas de fazer comunicação? Visto que esse campo tem a necessidade de se ajustar e moldar ao que vem sendo proposto pelas tecnologias conforme a utilização dos portais jornalísticos.

Para Traquina (2005, p. 40) “A relação entre o fator tempo e o jornalista é tão fundamental que constitui um fator central na definição da competência profissional. Ser profissional implica possuir uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele”, ou seja, no campo jornalístico atualmente tudo acontece simultaneamente, o jornalista passa a adquirir mais de uma função dentro dos veículos de comunicação, dominar o tempo exige, de certo modo, estratégias para a realização das atividades, ou então a tarefa ficará incompleta podendo comprometer o profissionalismo.

O problema que a falta do comprometimento na produção de uma matéria pode acarretar está relacionado não somente a falta de informação que o leitor vai se deparar nos jornais, mas também com a falta de credibilidade do mesmo. Traquina (2005, p. 42) afirma que “A competência noticiosa implica o conhecimento específico de identificação e verificação dos fatos”, sendo assim, o exercício jornalístico visa cumprir etapas que não comprometem a profissão em si. O autor trata das perguntas que estão relacionadas a essa prática como, por exemplo, “Como verificar os fatos?”, “Como lidar com as fontes?”, entre outras.

É preciso discutir essa parte teórica do jornalismo para questionar em relação à eficiência de suas narrativas, já que é comum um veículo de comunicação seguir um padrão empresarial e deixando, em partes, a opinião do leitor fora de opção na seleção das pautas. Mas, se essa matéria é voltada a quem consome, existe uma justificativa de que é preciso tomar conhecimento daquilo que realmente interessa o público, ou seja, criar critérios na pré produção de uma pauta baseados na opinião pública e todo o atual contexto.

Na rotina produtiva diária das redações de todo o mundo, há um excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas. Mas apenas uma pequena parte deles é publicada ou veiculada. Ou seja, apenas uma pequena parte vira notícia. O que pode levar qualquer leitor ou telespectador a perguntar: afinal, qual é o critério utilizado pelos profissionais da imprensa para escolher que fatos devem ou não virar notícia? (PENA, 2017, p.71)

Sendo assim, para a produção e publicação de uma matéria, independente da plataforma que será veiculada, é indispensável levar em consideração aquilo de utilidade para o consumidor do produto. Então, visto que quem consome os conteúdos de viagem

são leitores, como selecionar as pautas de acordo com a solicitação dos mesmos? E se as pautas relacionadas ao turismo são para dar apoio àqueles que estão diretamente ligados a essa editoria, como contemplá-los?

Traquina (2005, p. 43) também explica “O saber da narração consiste na capacidade de compilar todas essas informações e “empacotá-las” numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante”, ou seja, a narrativa de viagem precisa agregar elementos que contribuam com o viés informativo da matéria. Para isso, parte-se do ponto de vista filosófico de Netto (2005), onde explica que o turismo é experiência a partir do momento em que se constrói o “ser” turista.

Os tipos de narrativas de relatos e contos de viagens podem estar relacionados às experiências individuais, então, quando o autor analisa o que é o turismo e como se produz conhecimento nessa área, torna-se um questionamento complexo demais para ser respondido apenas por um viés, sendo que o turismo é capaz de explorar tantas esferas do conhecimento e criar laços com outros campos que fazem sua caracterização tornar-se tão complicada. Desse modo, se a proposta do objeto estudado é entender como os portais jornalísticos vêm utilizando as técnicas de produção para realizar uma matéria envolvidas nas editorias de viagem, é preciso colocar em debate o que faz parte da essência do turismo e o que torna-o tão pertinente a ponto de suas narrativas serem questionáveis.

As impressões internas dessa ação não são formadas apenas na viagem, ou no deslocamento propriamente dito, mas também são vividas nos momentos que antecipam o ato do turismo e nos momentos que se seguem após o ser turista ter empreendido sua viagem. Assim, também, a experiência turística não pode ser analisada desconectada do momento histórico e do “vir-a-ser” do turista, porque o turista tem consciência do seu “eu”, de seu “ser” através do tempo, da história. Por “vir-a-ser” entende-se aquilo que ainda não é, mas que pode tornar-se. Assim, enquanto apenas refletimos sobre o turismo não somos turistas, mas no momento em que partimos em viagem tornamo-nos turistas. (NETTO, 2005, p. 29)

Em consequência disso, entende-se que ao tratar de conteúdos relacionados ao turismo, a sua narrativa necessita de uma atenção, pois o público provavelmente busca se informar com diferentes perspectivas sobre o destino. Ou seja, se o jornalismo de viagem aborda roteiros turísticos, questiona-se então de que forma isso poderá ser positivo para todos os leitores dentro de uma matéria, desde quem procura por histórica local, serviços e incentivos de uma viagem até aos relatos em seus mínimos detalhes.

Se para Pena (2010) existem fatores importantes para a construção de uma pauta como fatos, enfoques, aprofundamento, criatividade, contexto, fontes, etc, e se é dito que há uma necessidade do olhar crítico no jornalismo, isso vem acontecendo na prática ou permanece apenas na teoria?

Quando se lida com uma editoria ou cadernos de cultura, existem itens no texto jornalístico consideráveis a serem tratados. Floresta e Braslauskas (2009, p. 123) afirmam que “Tudo tem uma história, tem uma origem, vem de algum lugar. E essa é a função de um texto jornalístico: descobrir tudo o que cerca determinada notícia e apontar de que forma esses dados se relacionam ou representam o desdobramento de outro acontecimento”, a relevância disso para temas culturais está ligada ao contexto em que tal assunto encontra-se, é uma forma de enriquecer a produção e o conteúdo disponibilizado para os leitores.

Nota-se que os textos jornalísticos nem sempre são formados por pontos críticos, não sabe-se ainda o motivo para que isso esteja acontecendo, mas quanto as produções voltadas à editoria de turismo observa-se essa falta de opinião divergente. Para a composição de um texto crítico dentro de uma matéria e pode-se relacionar a esse tema cultural, leva-se em consideração o que Piza (2004) diz sobre a capacidade do jornalista crítico ir além daquilo que está sendo analisado, bem como obter elementos para um bom texto jornalístico, como a clareza e coerência.

Então, após expor sobre pautas e críticas das produções jornalísticas que fazem parte das narrativas de viagem, pode-se complementar com os entendimentos de Nielsen (2002) sobre a função da comunicação através da atividade turística. Segundo o autor, algumas questões precisam ser consideradas em relação às informações, entre alguns motivos estão o ‘fator desconhecido’ de um novo país; relatórios de desastres aéreos; flutuações de câmbio; exigências de vistos; preocupações com a saúde, higiene e vacinas; segurança dos hotéis, entre outros. (NIELSEN, 2002). Esses aspectos são importantes para que, ao analisar um conteúdo, seja levado em consideração se há a utilização dessas informações.

Além disso, por mais que o jornalista responsável pela reportagem tenha uma difícil missão a cumprir, seu compromisso de retratar a realidade precisa ser concretizado. Para Lage (2011, p. 111) “Por trás das notícias, corre uma trama infinita de

relações e percursos”, ou seja, é possível que de uma forma ou outra os fatos sejam demonstrados dentro das narrativas se explorados e organizados no roteiro de uma pauta. Desse modo, o que Gil (2008) propõe referente a significação de dados, proporcionará um parâmetro de como esse percurso está sendo exercido. Afinal, de que outra forma pode-se compreender a relação existente dos fatos com o dia a dia? já que para Gil (2010) esse procedimento é fundamental.

A seguir, será considerado o que foi discutido neste tópico de uma forma sintética e considerável por meio da sustentação dos autores em destaque, bem como a continuação de pensamentos teóricos colocados em questão.

3.3 HORA DE REFLETIR

Durante esse capítulo foi exposto a importância das teorias do jornalismo, os fundamentos do turismo, o jornalismo cultural, a filosofia e a geografia dentro da prática turística, as técnicas de produção jornalísticas, a relação da mídia com o turismo, o papel do profissional para com a sociedade e como a transmetodologia faz parte da construção dessa pesquisa. São muitas vertentes em busca de discutir o objeto estudado.

Entende-se que quando se utiliza de um procedimento transmetodológico na construção de uma pesquisa, é uma forma de encarar a oportunidade de apropriar-se de outras áreas para a complementação do objeto e possivelmente identificar pontos que se interligam e fazem parte de todo um contexto. Torna-se, assim, um método explicativo e de fácil entendimento do tema, bem como demonstrado pelos autores sobre a importância da metodologia teórica como base para a composição e reflexão do trabalho.

Se para Maldonado (2002) o problema tem complexidade que demanda várias estruturas teóricas, também pode-se considerar o que o mesmo diz sobre “A teoria como experiência humana necessita de ordenamentos e condições para ser produzida em nível científico. Ela constitui um conjunto de conhecimentos sobre a natureza e a sociedade que a humanidade acumulou ao longo da história” (MALDONADO, 2011, p. 297), por isso, justifica o que vem sendo discutido no trabalho em geral mas, principalmente, em como a problematização teórica é necessária para a troca de conhecimentos dentro do tema.

Constata-se que a industrialização foi um marco importante para o campo da comunicação e do turismo, como afirmado por Avighi (1992), afinal, depois da urbanização do século XIX, começou a gerar espaços simbólicos e atrativos para os viajantes, fazendo circular mais os conteúdos informativos sobre os locais. Ou seja, se atualmente existem portais jornalísticos com as editorias especializadas em turismo, significa que foi dada a continuidade de informações sobre viagem, basta descobrir com qual finalidade isso vem acontecendo.

Sendo assim, para retomar o que foi considerado por Nielsen (2002) quanto ao conhecimento necessário à quem consome conteúdos de viagem, o autor também cita as fontes de informação que a mídia pode e deve apropriar-se, sendo elas as agências de mídia, autoridades de turismo, seguro viagem, embaixada (governo), companhias aéreas e aeroportos, operadoras ou agências e, por último mas não menos importante, a comunicação boca a boca (NIELSEN, 2002). São fontes que podem fornecer as devidas referências para que uma produção possa ser completa e conter informações capazes de contemplar grande público.

Como visto por Martinez (2012), as narrativas de viagem estão presentes semanalmente em grandes portais jornalísticos, talvez pelo fato de que viajar seja uma prática que está em alta e, embora esteja na “moda”, como considerado pela autora, precisa ser levado em consideração sobre como o campo da comunicação, especificamente o jornalismo, vem dialogando com o público através dessas narrativas, principalmente depois do que foi expressado sobre a teoria do jornalismo e o papel do mesmo para com a sociedade.

Portanto, mesmo que as narrativas tenham como principal cunho a sua essência cultural devido ao que foi abordado por Piza (2004) e Ballerini (2015) e relacionado com Silva e Conceição (2007), que diz que todo tipo de jornalismo faz parte de um jornalismo cultural, não se pode esquecer do compromisso que o profissional admite a partir do momento que em que se propõe a trabalhar com a informação, mesmo que a editoria seja especializada, como no caso do turismo. Para Castrogiovanni (2008, p. 4) “Sabemos que a realidade social não é isenta do lugar, mas é também fruto das práticas sociais desempenhadas por grupos ao longo da história. Portanto, a Comunicação é fruto também das práticas sociais”, sendo assim, ao tratar do jornalismo de viagem, seu conteúdo

precisa estar por dentro da situação que norteia a realidade local, pois somente assim será concretizada a função jornalística.

A discussão sobre as teorias do jornalismo e o que fundamenta o turismo são relevantes para entender que as ferramentas tecnológicas permitem que os métodos básicos vistos no decorrer do capítulo sejam utilizados nos produtos informativos. Há infinitas possibilidades que podem proporcionar aos portais jornalísticos um enriquecimento dos conteúdos quando realizados por meio das técnicas de produção, porém, isso engloba também o comprometimento profissional da empresa e do próprio jornalista para com os leitores, por essa razão é conveniente valorizar a opinião do público, para que o próprio seja favorecido de forma esperada pelas editorias de turismo.

Então, se para Pena (2010) existem fatores importantes para a construção de uma pauta e para Traquina (2005) a competência profissional está ligada a verificação de fatos, na prática, sabe-se que é possível conferir o desempenho de uma notícia e reportagem. Além disso, muito foi demonstrado em relação às técnicas de produção necessárias para a composição de um material jornalístico voltado às narrativas específicas de viagem. Pena (2010) ainda considera a narrativa noticiosa capaz de reunir as informações de forma interessante, logo, essa maneira de aplicar o papel do jornalismo faz com que essa função consuma os elementos vindos do ramo turístico para contribuir com a construção do produto jornalístico.

Posto isto, precisa-se relacionar ao que foi dito por Lage (2011) sobre a publicação na forma de lead para que as informações estejam completas com aspectos relevantes. Afinal, essa estrutura existe para favorecer e auxiliar na forma de verificar os conteúdos que estão consumindo pelos leitores. Da mesma maneira que é necessário desempenhar e desenvolver um texto jornalístico a partir de sua origem, já que tudo tem uma história e vem de algum lugar (FLORESTA E BRASLAUSKAS, 2009). Ou seja, a partir do procedimento de apuração da pauta, de forma abrangente, será concebível ter como resultado um conteúdo cuja narrativa seja mais profunda.

A verificação desse procedimento, como visto acima, será originado pelo formulário online, como proposto com base em Palácios (2011), estabelecendo a conexão entre a teoria e a realidade. As questões oriundas do tema dependem de uma sustentação que concretize e possibilite visualizar aquilo que pretende-se revelar. Se teoricamente

está claro a condição de funcionalidade das práticas jornalísticas, a análise das mesmas facilita a compreensão do que os sites jornalísticos executam.

Dito isto, é necessário trazer à tona o conhecimento sobre as narrativas de viagem, pois, assim, afirma-se a precisão e a justificativa de um estudo mais explicativo, além de fortalecer a relevância de tratar essa editoria dentro dos portais. “Um mapeamento geral das pesquisas realizadas é importante para situar-se neste processo e orientará o trabalho de reflexão aprofundadas, daquelas que se mostrem relevantes” (BONIN, 2011, p. 34). Portanto, através do que foi discutido, debatido e conforme o que for abordado no próximo capítulo, precisa-se repensar, de forma considerável, as problemáticas da pesquisa e como esse mapeamento possibilita uma visão mais crítica do tema em si.

4. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Conforme entendido anteriormente sobre a necessidade de investigar as produções dos portais jornalísticos, este capítulo busca descrever as estratégias metodológicas para essa ação. Isto é, tem como propósito descrever os processos metodológicos estabelecidos para a etapa da coleta de conteúdos dos sites definidos no começo da pesquisa. Portanto, para dar início a essa descrição coloca-se, novamente, a questão norteadora e que instrui o desenvolvimento da pesquisa: De que forma as técnicas de produção jornalísticas são aplicadas nos portais que trabalham com conteúdos de viagem?

A ideia do surgimento dessa problemática está em torno da curiosidade em descobrir como os veículos de comunicação se apropriam dos sites para a divulgação do produtos jornalísticos relacionados às editorias de Cultura, como no caso de Viagem/Turismo. Com um estudo mais aprofundado em Jornalismo Cultural, nota-se a segregação desta editoria e o surgimento de conteúdos que tratam de aspectos do turismo, oportunizando o questionamento de como as narrativas estão sendo produzidas, se possuem qualidade e, principalmente, o uso do viés jornalístico.

Parte-se do ponto em que a pergunta problema indica possíveis caminhos para desvendá-la. A princípio, foi necessário realizar a pesquisa prévia sobre o tema com base em uma pesquisa exploratória, que concebeu a percepção sobre o assunto. Gil (2010, p. 27) explica que “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”, ou seja, as narrativas de viagem está ocorrendo em diversos meios, por exemplo, na área da comunicação aplicada é verificável em jornalismo cultural, especializado, independente, hegemônico, novas mídias, amadores, bem como turismo, literatura, programas de televisão, livros, artigos e plataformas digitais (Instagram, Facebook e Youtube). Mesmo que a definição seja sobre portais jornalísticos, a pesquisa exploratória de forma abrangente estabelece um parâmetro do que busca-se trabalhar.

Em seguida, há também a pesquisa de contextualização que possibilita a ligação do objeto na conjuntura a qual está inserido. Para Bonin (2011, p. 27) “A perspectiva histórica é necessária aos movimentos de contextualização, ela permite iluminar os processos e fatores envolvidos na geração do fenômeno investigado”, dessa maneira, foi realizado um estudo aprofundado sobre a origem desse jornalismo, para evidenciar como as características e os elementos do mesmo são vistos atualmente. Como já discutido, é complexo o entendimento do conceito de jornalismo de viagem no Brasil, porém, é possível, por meio de outros campos, fazer relações do tema através de estudos transmetodológicos para tratar do contexto histórico, cultural e social.

Também foi efetuado a pesquisa bibliográfica, pois busca investigar a identificação do tema em possíveis âmbitos acadêmicos. Segundo Duarte e Barros (2010, p. 54) é o “Conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa, bem como técnicas de leitura e transcrição de dados que permitem recuperá-los quando necessário”, ou seja, portais, livros, catálogos de editora, resumos, artigos, teses e dissertações passaram a ser os principais locais a serem explorados para viabilizar a obtenção do material com bibliografias especializadas. Essa pesquisa bibliográfica foi aplicada por meio de leituras em portais que abordam conteúdos de viagem, artigos e livros acadêmicos que tratam sobre jornalismo e turismo.

Além dessas etapas exploratórias, contextuais e bibliográficas, houve a pesquisa de campo realizada mediante a visita ao local que possui site de comunicação: O Estado de São Paulo (Estadão), que faz parte de um dos portais escolhidos para serem analisados. A visita permitiu entender como funcionam os critérios que os jornalistas utilizam para a composição das matérias e toda a lógica das editorias através da realização de uma entrevista⁹. Para marcar o encontro na redação, foi enviado um e-mail para todos os portais selecionados dessa pesquisa, porém, para a entrevista, obteve-se resposta dessa empresa de comunicação e o Catraca Livre, porém, durante o período estabelecido em São Paulo, foi possível realizar somente a entrevista com o Estadão.

Depois de compreender como funciona a etapa de pesquisa, é preciso relacionar com outro elemento que faz parte do desenvolvimento da estratégia metodológica: a

⁹ As entrevistas com o Estadão está disponibilizada no apêndice.

coleta de dados. Duarte e Barros (2010) entende esse procedimento como instrumentos de coleta, onde se faz o uso de anotações; gravação; telefone; internet; ou seja, ferramentas que possibilitam a coleta do material a ser utilizado durante o projeto. Esse processo se iniciou através da observação de palestras que trabalham com o assunto e fichamentos de leituras de narrativas proporcionadas pela internet.

Para coletar os dados informativos dos conteúdos, foi utilizado como ferramenta o formulário do Google. A definição para esse procedimento foi a seleção de cinco portais jornalísticos que trabalham com as editorias de Viagem/Turismo, que adquiriu-se conforme um questionário¹⁰ executado com base no ranking da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) e na observação de sites que destacam-se pelo público. Esse questionário tinha a seguinte pergunta “Quais portais jornalísticos abaixo você costuma acompanhar sobre conteúdos de turismo?” e foi publicado em mais de 20 grupos do Facebook, voltados especificamente para viajantes, mochileiros, jornalistas e/ou turistas brasileiros, no mês de Julho/2018 até Agosto/2018 (período de férias). As opções de portais jornalísticos brasileiros no questionário eram: Revista Viagem e Turismo (Abril), R7, G1, O Estado de São Paulo (Estadão), Folha de São Paulo, O Globo, Extra, Universo Online (UOL), Gaúcha ZH, Meia Hora, Diário Catarinense, O Liberal, Correio Braziliense, A Tribuna, Diário de Pernambuco, Diário do Nordeste, Diário de Notícias, Super Notícia, Jornal Estado de Minas, Diário do Grande ABC, Revista Viaje Mais e Catraca Livre.

Os resultados obtidos foram, em média, 50 respostas, delimitando apenas os cinco portais mais votados para serem analisados, sendo eles: Catraca Livre (54,2%), Viagem e Turismo (50%), UOL (41,7%), G1 (39,6%) e O Estadão (22,9%). Como entende Duarte e Barros (2010, p. 45) “no projeto a tarefa mais importante é identificar o método a ser empregado ou as técnicas para coleta e análise do material de pesquisa e ter consciência de sua validade e limitações”, ou seja, ao propor trabalhar com formulário baseado em categorias jornalísticas, foi pensado no que traria uma visão concreta e reflexão crítica sobre os jornais brasileiros que tratam do turismo.

Portanto, após a definição dos sites, a sequência é o preenchimento desse formulário que, ressaltando, ficará disponível como suporte para própria autora do trabalho. Essa ferramenta é baseada em critérios para o procedimento da coleta de dados,

¹⁰ Questionário com base na Pesquisa Brasileira de Mídia e opinião pública:
<https://docs.google.com/forms/d/1Gr0cmTHFv4Jlz8fmQMZW9UnCixSUmNm0uvjHXSFQxgM/prefill>

que foi executada no dia 04/11/2018 (primeiro domingo do mês), devido ao fato de que Janeiro é o mês em que as pessoas viajam com mais frequência, como afirmado pelo Ministério do Turismo (MTur). Sendo assim, por uma questão de planejamento, é preciso se atualizar com antecedência em relação aos destinos. Além disso, também justifica-se pelo fato de ser início de mês, onde as pessoas costumam receber o pagamento do salário e estão aptas a realizar a programação de tal atividade.

Os critérios para a seleção das matérias a serem analisadas se diferem dentro dos portais jornalístico, ou seja, cada portal passa a ter um conteúdo escolhido diferente do outro. São três matérias de cada site, totalizando 15 para a composição da análise de conteúdo. No *Catraca Livre*, foram selecionados os três primeiros destaques do tópico “Bombou no mês”. Na revista *Viagem e Turismo*, os três dentro das “Mais vistas”, no G1 a partir das “Mais lidas”. Já no *Universo Online (UOL)* e no *Estado de São Paulo (O Estadão)* a lógica é adquirir as matérias em destaques na editoria de *Viagem/Turismo*, pois esses portais não possuem categorias semelhantes e esses conteúdos permaneceram fixados por um tempo considerável.

Diante essa definição, os portais passam para a fase da coleta de dados para que seus materiais possam ser analisados. Essa coleta é realizada de acordo com os seguintes critérios jornalísticos:

a) *Técnicas de produção*

As técnicas de produção jornalística são compostas por fatores que dão as diretrizes para a elaboração da matéria. Para Lage (2006) A matéria jornalística origina-se da observação direta, e é uma tarefa do jornalista em selecionar e colher dados, depoimentos de fontes, situar o contexto e processar o material, como define a técnica. Para isso, são necessários as seguintes abordagens para a realização desse procedimento:

- Pesquisa exploratória
- Uso de dados e/ou infografia
- Apuração: fontes oficiais, oficiosas, contraditórias e/ou independentes
- Entrevistas dentro do formato de texto, vídeo, áudio e/ou foto.

b) *Técnicas de redação*

O texto jornalístico preza pela informação, por isso a sua elaboração depende de diversos fatores como ser direto, claro, conciso e envolvente para com o leitor. Segundo Floresta e Braslauskas (2009) os assuntos de pauta fria dão mais liberdade no texto e exige que o repórter fuja do óbvio e consiga prender o leitor até o final. Esse tipo de pauta costuma ocorrer com o gênero de jornalismo cultural e viagem. Para Lage (2005) o texto reúne as informações sobre o tema e fornecem sugestões em relação ao que está sendo abordado, ou seja, é um texto completo com características que serão analisadas a partir de:

- Título jornalístico
- Uso correto da norma culta da Língua Portuguesa
- Texto informativo
- Objetividade
- Clareza
- Concisão
- Contém adjetivos

c) *Tipo de conteúdo*

- Conteúdo de serviço público
- Conteúdo de acontecimento jornalístico
- Conteúdo de informe publicitário
- Conteúdo comercial
- Conteúdo colaborativo
- Conteúdo misto

d) *Estética do conteúdo Multimídia*

Segundo Palácios (2011, p. 143) “A aplicação da multimídia valoriza as páginas web, pois seu uso correto pode melhorar a compreensão ou, inclusive, oferecer à audiência informação adicional complexa, de difícil transmissão apenas com o apoio de texto”, ou seja, o complemento multimídia auxilia na composição do texto. Esses números de 1 a 5 referem à qualidade do conteúdo estético visibilizados:

- Foto: de 1 a 5 (Ruim, Razoável, Boa, Muito boa, Excelente)
- Vídeo: de 1 a 5 (Ruim, Razoável, Boa, Muito boa, Excelente)
- Áudio: de 1 a 5 (Ruim, Razoável, Boa, Muito boa, Excelente)
- Infográfico: de 1 a 5 (Ruim, Razoável, Boa, Muito boa, Excelente)

e) Pauta e abordagem jornalística

Nesta categoria, pretende-se analisar a composição da pauta, onde ainda com base em Floresta e Braslauskas (2009) a pauta nasce do contato do repórter com a fonte e a observação de fatos que podem resultar em reportagens especiais. Além disso, segundo o que Nage (2006) diz, a pauta de reportagem se dá a partir de fatos gerados por interesse, onde permitem ser explorados, além de investigar e interpretar. Ou seja, abaixo estão itens onde propõem analisar a abordagem dos conteúdos jornalístico de acordo com o que faz parte do processo de pauta:

- Perfil: Culinários; Históricos; Esportivos; Naturais; Urbanos, Rurais; Acessíveis às PcD
- Roteiros: Culturais; Culinários; Históricos; Esportivos; Naturais; Urbanos, Rurais; Acessíveis às PcD
- Contextualização: histórica, local, social, política, tecnológica, econômica, cultural, esportiva
- Curiosidades: Culinários; Históricos; Esportivos; Naturais; Urbanos, Rurais; Acessíveis às PcD

Esses critérios são essenciais para proporcionar um parâmetro de como o webjornalismo de viagem está sendo executado. No capítulo seguinte, serão expostos os dados obtidos durante a coleta de dados, gerados por meio desses critérios pertencentes ao formulário¹¹ utilizado para essa atividade realizada, para assim, poder verificá-los e analisá-los.

¹¹ Acesso ao formulário realizado para a coleta de dados:
<https://docs.google.com/forms/d/1VzHrG6OHBmo8oQsRy3JOHI2H3uzerWJgzFcpsW1K5aQ/prefill>

5. ANÁLISE DESCRITIVA DO CAMPO EMPÍRICO

A partir do que foi realizado no capítulo anterior, este tópico aborda, de forma prática, a exposição da coleta de dados e a análise dos conteúdos. Esta forma de análise possibilitará a proximidade com os objetivos da monografia, ou seja, realizar o levantamento do tema, identificar o viés jornalístico nos conteúdos dos portais e a qualificação da produção jornalística sobre viagens.

Gil (2010) relata que análise de conteúdo tem o primeiro contato com leituras e, em seguida, a escolha de documentos e a preparação do material para essa análise. Sabe-se que o formulário foi a opção escolhida para aplicar nos conteúdos propostos para serem analisados. Devido a necessidade de saber como o jornalismo de viagem vem praticando suas narrativas e a possibilidade de explorar questões críticas específicas decorrentes do formulário, essa coleta permite categorizar a análise como qualiquantitativa.

Foram coletados 15 materiais jornalísticos e a seguir será realizada a análise dos mesmos. Para que se tenha clareza e objetividade nos resultados, será posto de maneira genérica as porcentagens geradas pelo formulário através dos tópicos disponibilizados para o preenchimento dos dados, para que em seguida, seja especificado o que faz parte de cada portal.

Portanto, a partir do que observa-se das respostas, compreende que em relação às Técnicas de Produção, 92,2% das matérias continham a pesquisa exploratória, 85,7% o uso de dados, mas não utilizam de infográficos, já apuração e entrevistas, 28,6%, em formato apenas textual, com fontes oficiais e/ou independentes. Sobre as Técnicas de Redação, afirma-se que 53,3% dos conteúdos possuem o título jornalístico, 100% o uso correto da norma culta da Língua Portuguesa, 80% trabalham com o texto informativo, tendo 53,3% de objetividade, 60% de clareza e 46,7% de concisão. Além disso, 53,3% matérias admitem adjetivos. Quanto às narrativas, de 15 matérias (entre parênteses a quantidade computada), adquire-se a narrativa Jornalística (8), narrativa Literária (5),

narrativa Hipertextual (11), sendo matérias Conjuntivas (3) e Disjuntivas (8), lembrando que os conteúdos podem obter esses critérios num mesmo texto.

Passando especificamente para o tipo de conteúdo, verifica-se que a maioria é voltado ao serviço público com 86,7%, 53,3% contém informe publicitário e 20% comercial, sendo 33,3% conteúdos mistos, ou seja, a mistura desses itens. Conclui-se também, por meio do resultado (0%), que essas matérias analisadas não trataram de acontecimentos jornalísticos e nem conteúdo colaborativo.

No que refere-se a estética do conteúdo multimídia, todas as matérias contam com fotos, porém, a qualidade das imagens variam entre Razoável (2), Boa (4), Muito boa (4) e Excelente (4). Importante ressaltar que entre as quinze matérias analisadas, apenas uma continha vídeo, classificado como “Bom”, ou seja, não foi identificado nenhum áudio e infográfico dentro do conteúdo.

O último tópico preenchido é sobre a pauta e a abordagem jornalística, a primeira etapa verificou-se em relação a perfil, roteiro e curiosidades. Em “perfil”, os resultados são: histórico (1), naturais (7), urbanos (5) e culturais (3), não sendo encontrado nenhum perfil voltado à culinária (0), ruralidade (0) e acessibilidade (0). Já em “roteiros”, constata-se culinários (2), histórico (1), naturais (6), urbanos (5), culturais (7) e acessíveis às Pessoas com Deficiência (3), excluindo novamente o âmbito rural. Na parte de “curiosidades”, encontram-se os critérios de culinários (4), histórico (1), naturais (2), urbanos (2) e culturais (3). Quanto a segunda etapa da abordagem, os resultados obtidos foram sobre a contextualização dentro da matéria, sendo encontradas as categorias históricas (2), local (8), social (2), tecnológica (1), econômicas (5) e cultural (1), permanecendo de fora a contextualização esportiva (0).

Após observar os resultados de forma geral, serão introduzidos os pontos importantes a serem notados dos portais jornalístico analisados. A partir do que está visivelmente colocado por esses dados, percebe-se que os sites jornalísticos não preencheram metade dos critérios do formulário. Começando pelas técnicas de produção, onde a maioria se apropria da pesquisa exploratória e o uso de dados (no sentido de números dentro do texto), mas não utiliza infográficos como forma de transparecer as informações. Grande parte também carece de apuração com o uso de fontes, que possibilitaria mais a inserção das entrevistas. O jornalismo tem que adaptar-se às novas

modalidades, ou seja, seria importante a utilização de outras plataformas como método de exposição dessas matérias, por exemplo, há uma necessidade em explorar as entrevistas e/ou elementos do conteúdo além do textual, fazendo o uso de áudios, vídeos e fotos. Assim como é preciso que esses sites se atentem aos links disponibilizados dentro das narrativas, pois, em geral, quando colocados em grande quantidade, corre o risco de ser apenas um informe publicitário, desvalorizando o que o site tem a oferecer dentro de suas próprias editoriais, já que esses portais buscam tratar de serviço público. Por isso, seria uma maneira de realçar outras matérias já existentes nos sites por meio de outras publicações de assuntos turísticos.

Em relação da estética multimídia, todas as matérias possuem fotos, poucas com máxima qualidade e, quanto aos outros quesitos, deixam a desejar, tornando-se medíocres nesse âmbito. Afinal, as ferramentas multimídias servem para abrirem portas às novos modos de produção, sendo assim, entende-se que as editoriais precisam começar a considerar que nem todo público é textual, sendo é necessário pensar novas formas de produção. Os conteúdos quando explorados de forma multimídia, contribuem para complementação do produto, agregando uma melhor compreensão do destino que está sendo tratado e ampliam as opções para o leitores.

O último critério, não menos importante, está relacionado a pauta e a abordagem jornalística dessas narrativas de viagem. Salientando que nesta categoria, há diferentes opções úteis que deveriam estar nas matérias. Conforme os resultados, compreende-se que as matérias trabalham com um viés semelhante, embora contextualizam o local, faltam explorar aspectos históricos, culturais, sociais, políticos, tal como existe a carência de curiosidades desses pontos. Constata-se que essas matérias são voltadas para roteiros, porém, a partir desta perspectiva, falta a adaptação dos elementos contidos dentro dos conteúdos, por exemplo, está visível a falta de acessibilidade e, atualmente, não se pode pensar uma produção apenas para parte da população, é indispensável a utilização de mecanismos que proporcionam a inclusão de pessoas com deficiência nos conteúdos. Mas, como visto, de quinze matérias analisadas quanto aos roteiros, somente três continham acessibilidade.

Deste modo, por ordem de coleta, inicia-se com os conteúdos do Catraca Livre. A primeira matéria, intitulada “Os 10 países mais baratos do mundo para viajar”¹² faz o uso de pesquisa exploratória, dados, título jornalístico, uso correto da norma culta da Língua Portuguesa, possui um texto informativo e objetivo, porém, também realiza a utilização de “maravilhosas”, “boas”, “incrível”, “belos” e “tranquilas”, enquadrando-as como palavras adjetivas, sendo assim, embora o texto contenha informações, o uso de adjetivos deixa em contradição uma narrativa jornalística. O que justifica o fato de que essa matéria não se enquadra em uma narrativa jornalística tampoco literária, mas apenas em narrativa hipertextual, por obter links disjuntivos. Esses links são o que definem-a como mista, pois além de um conteúdo de serviço público, trabalham claramente com informe publicitário. São 11 fotos encontradas na matéria e, em média, definidas como boas. Durante a coleta, identifica-se elementos da pauta e abordagem jornalística em relação ao perfil e curiosidade da matéria voltados à urbanização, já a contextualização relacionada ao local e a economia.

A segunda matéria: “Hostel em Ilhabela oferece hospedagem em ‘casas na árvore’”¹³ possui características semelhantes, pesquisa exploratória, uso de dados, título jornalístico e diga-se de passagem que, para uma narrativa de viagem, é interessante. Escrita correta quanto à norma culta, texto informativo e objetivo, diferente da matéria anterior, essa narrativa é mais jornalística e também utiliza link (disjuntivo), admitindo-a hipertextual. O texto é curto, com três fotos grandes e classificadas como “boas” dentro dos critérios, porém, por vezes, ao acessar a mesma página, essas fotos eram cobertas por publicidade. Seu conteúdo é trabalhado com serviço público mas não deixa de ser um informe publicitário. Portanto, a pauta e abordagem jornalística são voltadas nitidamente ao perfil, categorizados como naturais e urbanos, além disso, sua contextualização é apenas local.

A terceira matéria do Catraca Livre “Visto negado: 11 motivos comuns e como evitá-los”¹⁴ preenche somente a pesquisa exploratória dentro das técnicas de produção, já nas técnicas de redação, possui o título jornalístico, uso correto da escrita, texto

¹² Primeira matéria analisada do Catraca Livre:

<https://catracalivre.com.br/viagem-livre/os-10-paises-mais-baratos-do-mundo-para-viajar/>

¹³ Segunda matéria analisada do Catraca Livre:

<https://catracalivre.com.br/viagem-livre/hostel-em-ilhabela-oferece-hospedagem-em-casas-na-arvore/>

¹⁴ Terceira matéria analisada do Catraca Livre:

<https://catracalivre.com.br/viagem-livre/visto-negado-11-motivos-comuns-e-como-evita-los/>

informativo e conciso. Sua narrativa é jornalística e hipertextual, mais uma vez utilizado links disjuntivos. Entre as três matérias analisadas deste portal, apenas essa não contém o informe publicitário, sendo voltado unicamente ao serviço público. O conteúdo dispõe de cinco fotos, identificadas como razoáveis, dentro dos critérios. Essas fotos são mais ilustrativas, de passaporte, mapa, visto e cartão de embarque. A pauta trata da contextualização social, política e econômica.

Conforme as três matérias apresentadas do Catraca Livre, nota-se que o portal trabalha com a pesquisa exploratória, dados, normas cultas da Língua Portuguesa, textos informativos e com título jornalístico, assim como adjetivos dentro dos textos. Possui uma estética multimídia entre “razoável” e “boa”. Dispõe de narrativas jornalísticas e hipertextual. Não utiliza vídeos, áudios ou infográficos e busca trabalhar com conteúdos de serviço, baseados em informes publicitários, além disso, não identifica-se o preenchimento de roteiros turísticos em nenhum deles. Acredita-se que quando uma matéria de viagem é realizada, é fundamental incluir roteiros sobre o local, exceto se for sobre categorias que incluem o turismo e não precisa ser abordada necessariamente essa parte, o que justifica sobre a terceira matéria, mas não as demais analisadas. Afinal, se a narrativa é relacionada a serviço, independente se faz o uso de publicidade, tem de ser coerente com o que passa ao leitor.

O próximo site jornalístico coletado é G1 com a matéria “Visto americano: como tirar”¹⁵, compreende-se que a aplicação das técnicas de produção se dá pela realização da pesquisa exploratória e o uso de dados. Preenchem as técnicas de redação com o título jornalístico, uso da norma culta da Língua Portuguesa, texto informativo, objetivo, conciso e possui uma narrativa hipertextual, de forma conjuntiva e disjuntiva. O conteúdo é voltado ao serviço público, com a foto razoável, dentro da classificação. Tem apenas abordagem contextual política e econômica.

A segunda matéria do G1 “Bonito, MS: quando ir, o que fazer, o que visitar”¹⁶ não se compara a anterior analisada. A matéria preenche a maioria dos requisitos das técnicas de produção, ou seja, contém a pesquisa exploratória, o uso de dados, a apuração

¹⁵ Primeira matéria analisada do G1:

<https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/visto-americano-como-tirar.ghtml>

¹⁶ Segunda matéria analisada do G1:

<http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/07/bonito-ms-quando-ir-o-que-fazer-o-que-visitar.html>

com fontes oficiais e independentes, e a entrevista dentro do texto. Possui título jornalístico, uso da escrita correta, texto informativo, clareza e concisão que fazem parte das técnicas de redação. Dispõe de uma narrativa jornalística, mas não hipertextual. A matéria atende ao critério de serviço público, tem 11 fotos consideradas boas dentro do formulário. Em relação a pauta, possui uma abordagem de perfil natural e urbano, roteiros históricos, naturais, urbanos e culturais, curiosidades históricas e naturais, contextualização local.

O último conteúdo analisado do G1 “Chapada dos Veadeiros, GO: como chegar, quando ir e o que visitar”¹⁷ consiste em elementos como pesquisa exploratória e o uso de dados. Responde as técnicas de redação em relação ao título, uso correto da Língua Portuguesa, texto informativo objetivo, claro e conciso. A narrativa é jornalística e hipertextual (conjuntiva). A matéria é de serviço público, com 10 fotos marcadas como razoáveis e possui um vídeo categorizado como “bom”. A abordagem dessa pauta está relacionada ao perfil histórico, natural e cultural, com roteiro classificado sobre a naturalidade e culturalidade, bem como trata de curiosidades culinárias e naturais (em relação ao ambiente), com a contextualização histórica e local.

De acordo com as matérias analisadas do G1, observa-se primeiramente que o portal não faz o uso de informe publicitário e busca tratar de conteúdos voltados a serviço público. Utiliza dentro das técnicas de produção dados e pesquisas exploratórias na maioria das narrativas, mas apenas uma entre as três analisadas possui entrevista em forma de texto, bem como somente este portal utiliza vídeo em um dos conteúdos. Em relação às técnicas de redação, trabalha com título jornalístico, uso da norma culta da Língua Portuguesa, textos informativos, objetivos, claros e concisos. Utiliza a narrativa jornalística e hipertextual. A qualidade das imagens estão entre “razoável” e “boa”. Em relação a abordagem jornalística, encontra-se critérios relevantes e consideráveis. A primeira matéria trata apenas de contextualização política e econômica, visto que é um conteúdo informativo relacionado a passo a passo, voltado às informações básicas de um viajante. Diferente das outras duas matérias que abordam sobre locais e possuem uma

¹⁷ Terceira matéria analisada do G1:
<http://g1.globo.com/goias/noticia/2015/07/chapada-dos-veadeiros-go-como-chegar-quando-ir-e-o-que-visitar.html>

prática acerca do papel do jornalismo, embora poderiam e deveriam aprofundar-se mais dos elementos da contextualização.

O terceiro portal analisado é o Universo Online (UOL) através da matéria “Passagens a R\$ 179 mil: conheça alguns dos cruzeiros mais luxuosos do mundo”¹⁸, começando pelas técnicas de produção, pode-se afirmar que foi realizado somente o uso de dados, diferente das técnicas de redação que preenchem todas as categorias, sendo a utilização correta da norma culta da Língua Portuguesa, texto informativo, objetividade, clareza, concisão e obtenção de adjetivos como “balada refinada”, “alta gastronomia”, “mais lindas”. A narrativa definida como jornalística, porém, embora seja de serviço também é visivelmente caracterizada pelo informe publicitário. Na matéria há uma galeria com 21 fotos, além das 7 imagens colocadas no decorrer do texto, a qualificação das mesmas foram definidas no formulário como “excelentes”. Sobre a pauta, a seleção dos critérios foi somente em relação ao roteiro, que aborda sobre ambiente naturais, culturais e acessíveis às pessoas com deficiência, visto que o portal contém a janela de audiodescrição.

Outro conteúdo destacado no UOL e analisado é com o título “De jantar submerso a show pirotécnico, hotéis oferecem experiências de luxo”¹⁹, matéria voltada a roteiros de luxo. Identifica-se a apropriação de quase todos os itens de técnicas de produção: título jornalístico, escrita correta de acordo com a norma culta, apuração com fontes oficiais e entrevistas no formato textual. Já as técnicas de redação, reconhece-se que é um texto informativo, que possui clareza, o uso do português dentro da norma culta e faz o uso de adjetivos como “mais lindas do mundo”, “carismáticos”, “inacreditáveis” e “refinadas”, bem como utiliza palavras no diminutivo como “peixinhos”, “bem carinhos” e “barquinhos” sendo um texto literário. O tipo de conteúdo é misto, ou seja, de serviço e de informe publicitário. São utilizadas 7 imagens classificadas como “muito boa” dentro das categorias. A abordagem da pauta remete a roteiros culturais, também com acessibilidade às pessoas com deficiência, através da audiodescrição.

¹⁸ Primeira matéria analisada do Universo Online (UOL):

<https://viagem.uol.com.br/noticias/2018/11/03/passagens-a-r-22-mil-conheca-alguns-dos-cruzeiros-mais-luxuosos-do-mundo.htm>

¹⁹ Segunda matéria analisada do Universo Online (UOL):

<https://viagem.uol.com.br/noticias/2018/11/02/veja-servicos-exclusivos-incriveis-que-hotéis-oferecem-para-seus-hospedes.htm>

“A grana está curta? Destinos internacionais também têm hotéis econômicos”²⁰ é a próxima e última matéria analisada do portal UOL. Dentro das técnicas de produção, o conteúdo contém a pesquisa exploratória e a utilização de dados. Para as técnicas de redação, afirma-se que o texto é informativo, objetivo atende a norma culta da Língua Portuguesa, entretanto, faz também o uso de adjetivos como “quartos agradáveis”, “mais legais” e “estiloso apartamento”, tal como a utilização de expressões “os olhos da cara”. Sua narrativa é classificada como hipertextual, onde dispõe de links disjuntivos e 10 fotos qualificadas como “excelentes”. A pauta trata da contextualização econômica e de roteiros urbanos, acessíveis às pessoas com deficiência com audiodescrição dentro do portal. Importante ressaltar que não sabe-se a definição de quem compõe as matérias da editoria de Viagem do UOL, pois embora esteja escrito “Colaboração de”, há momentos em que aparecem trechos como “O UOL Viagem pesquisou os principais sites....”.

De acordo com os conteúdos vistos do Universo Online (UOL), verifica-se que apenas uma matéria possui o título jornalístico, mas em grande parte se apropriam das técnicas de redação por meio de pesquisas exploratórias e dados. Em uma delas, encontra-se a utilização de fontes e entrevistas no formato textual. Possui conteúdos de serviço, informe publicitário e até mesmo comercial. As narrativas variam entre hipertextual, jornalística e literária, o que entende-se que não há um padrão para de produção das matérias. A estética dos conteúdos estão entre “muito boa” e “excelente”. Em relação às pautas jornalísticas, tratam somente roteiros e vagamente a contextualização (econômica) em uma matéria. Porém, vale ressaltar que é o único portal a preencher em todos os conteúdos, a parte de “acessíveis à pessoas com deficiência”.

O quarto portal a ter os resultados descritos é a revista Viagem e Turismo, editora Abril, com o título “As 13 praias mais paradisíacas do litoral norte de São Paulo”²¹. Pode-se considerar que, na parte das técnicas de produção, há a somente a pesquisa exploratória e dados, já nas técnicas de redação, identifica-se o uso correto da norma culta da Língua Portuguesa, texto informativo com objetividade, clareza, concisão e com adjetivos “encantador”, “belíssimas”, “paraíso”, “perfeito”. Possui um texto literário e

²⁰ Terceira matéria analisada do Universo Online (UOL):

<https://viagem.uol.com.br/noticias/2018/11/01/conheca-algumas-das-cidades-turisticas-com-os-hoteis-mais-baratos-do-mundo.htm>

²¹ Primeira matéria analisada da Viagem e Turismo:

<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/as-13-praias-mais-paradisiacas-do-litoral-norte-de-sao-paulo/>

hipertextual, de forma conjuntiva, mas embora o conteúdo esteja relacionado a serviço, é caracterizado pelo informe publicitário. Faz o uso de 13 imagens classificadas como “excelentes” e um mapa sobre os locais. As pautas estão relacionadas a roteiros com tópicos: naturais e urbanos, com a contextualização local.

A segunda matéria analisada é “Ranking: as 10 melhores praias do Brasil”²², esse conteúdo definitivamente, segundo os resultados da coleta, não adquire características das técnicas de produção, porém, em técnicas de redação jornalística atende aos critérios do uso da norma culta da Língua Portuguesa e objetividade no texto. Apresenta uma narrativa com características literárias, é hipertextual disjuntiva, com adjetivos como “A faixa de areia, fofa, branquinha e quase sempre sossegada” e “praia mais bonita”. Quanto ao tipo de conteúdo, considera-se como informe publicitário e comercial. Além disso, utiliza-se 10 fotos consideradas “boas”, e faz uma abordagem apenas de perfil relacionada a naturais, visto que trata sobre praias.

Na terceira matéria “Alagoas: veja fotos das 10 melhores praias de Maceió e arredores”²³ da revista Viagem e Turismo, os dados obtidos foram a pesquisa exploratórias, dentro das técnicas de produção, possui clareza no texto e faz o uso correto da Língua Portuguesa. Tem uma narrativa hipertextual, conjuntiva e disjuntiva, e seu conteúdo é de informe publicitário e comercial. São 20 imagens classificadas como “excelentes”. A pauta e abordagem está em torno do perfil e roteiro, ambas identificadas como assuntos “naturais” em relação ao ambiente dito.

Com base no que foi demonstrado, a revista especializada Viagem e Turismo da editora Abril se apropria pouco das técnicas de produção, como a pesquisa exploratória e o uso de dados, e não em todas as matérias, assim como não utiliza o título jornalístico nos conteúdos. Usa elementos da norma culta da Língua Portuguesa, objetividade, clareza, concisão, contém adjetivos, mas apenas em uma das matérias contém o texto informativo. A narrativa é hipertextual e literária. Os conteúdos são claramente voltados a informe publicitário e comercial, tendo apenas uma de serviço público. A estética das imagens possui uma variação de “boa” e “excelente”. Em relação à pauta e abordagem

²² Segunda matéria analisada da revista Viagem e Turismo:

<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/ranking-as-10-melhores-praias-do-brasil/>

²³ Terceira matéria analisada da revista Viagem e Turismo:

<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/alagoas-veja-fotos-das-10-melhores-praias-de-maceio-e-arredores/>

jornalística, trabalham com perfil e roteiro, porém, nota-se uma superficialidade demasiada, já que não é abordado nem metade das categorias. Levando a acreditar que há uma contradição, pois, se a revista é especializada em turismo, deveria obter-se melhores resultados da coleta.

O último portal analisado é o Estado de São Paulo (Estadão), a primeira matéria é “Anguilla, uma ilha caribenha para se sentir como celebridade”²⁴. Começando a primeira parte sobre as técnicas de produção, o conteúdo atende a maioria dos critérios. Faz o uso da pesquisa exploratória, dados, apuração com fontes oficiais e entrevistas no formato de texto. Quanto às técnicas de redação jornalística utiliza a norma culta da Língua Portuguesa e possui um texto informativo, claro e conciso, mas contém adjetivos como, por exemplo, “praias espetaculares”, “serviço impecável” e “refeições refinadas”. Apresenta uma narrativa de serviço público jornalística, literária e hipertextual (disjuntiva). São 11 imagens classificadas como “muito boas”. Faz uma abordagem de perfil e roteiro naturais e culturais, curiosidades culinárias e culturais, e contextualização local e econômica.

A segunda matéria analisada do Estadão “Um guia para desbravar Amsterdã além das multidões”²⁵ é semelhante a anterior, utiliza-se da pesquisa exploratória, uso de dados, apuração e entrevistas textual com fontes independentes. É um texto informativo, que aplica a clareza e a norma culta do português, bem como usa adjetivos. Também é uma matéria de serviço e define sua narrativa como jornalística, literária e hipertextual (conjuntiva e disjuntiva). Utiliza-se de 10 fotos caracterizadas como “muito boas”. A pauta e a abordagem jornalística identificadas como perfil urbanos e culturais, roteiros culinários, urbanos e culturais, curiosidades sobre culinárias e culturais, e contextualização histórica, local, social e cultural.

A terceira e última matéria “Recordista dos mares: conheça o maior navio do mundo”²⁶ analisada do portal não se assemelha às anteriores. Durante as técnicas de

²⁴ Primeira matéria analisada do Estado de São Paulo (Estadão):

<https://viagem.estadao.com.br/noticias/geral.anguilla-uma-ilha-caribenha-para-se-sentir-como-celebridade.70002558521>

²⁵ Segunda matéria analisada do Estado de São Paulo (Estadão):

<https://viagem.estadao.com.br/noticias/geral.um-guia-para-desbravar-amsterda-alem-das-multidoes.70002517087>

²⁶ Terceira matéria analisada do Estado de São Paulo (Estadão):

<https://viagem.estadao.com.br/noticias/geral.recordista-dos-mares-conheca-o-maior-navio-do-mundo.70002548222>

produção faz o uso apenas de dados e a pesquisas exploratória. Considera-se a partir das técnicas de redação o título jornalístico, o texto informativo, com clareza e dentro da norma culta. Possui uma narrativa jornalística, literária e hipertextual (disjuntiva). O tipo de conteúdo é de serviço público mas com informe publicitário. São usadas 5 imagens, classificadas como “muito boas”. A pauta trata do perfil natural e urbano, roteiros urbanos, culturais e sobre culinária, assim como as curiosidades abordadas, por fim, a contextualização local e tecnológica.

Segundo o que foi apontado sobre as matérias de Viagem do portal Estadão, verifica-se que a editoria trabalha mais acerca de conteúdos de serviço. Utiliza-se de pesquisa exploratória e dados para as técnicas de produção, assim como o uso de fontes e entrevistar de forma textual em sua maioria, dentro do que foi coletado. Em relação às técnicas de redação jornalísticas, aplica-se o uso correto da norma culta da Língua Portuguesa, clareza e concisão, também utiliza-se de adjetivos. Não encontra-se título jornalístico em todas as matérias, apenas em uma, isso justifica pelo fato de que a narrativa que o portal usa é jornalística, mas também literária, assim como, possui a narrativa hipertextual nos conteúdos. A estética multimídia está classificada como “muito boa”. Por fim, as pautas são trabalhadas relacionando perfil, roteiros, curiosidades e contextualização, embora não preencham todas as opções dentro destas categorias, importante observar que em todas foram empregados aspectos locais e culturais. Porém, a ideia de complementação de um conteúdo ainda é necessário, visto que há diferentes formas compor um material.

Após descrever os resultados da coleta de dados propostos pela análise de conteúdo dos cinco portais jornalísticos, é necessário realizar uma reflexão sobre as respostas obtidas. Portanto, no próximo capítulo serão consideradas as problemáticas, objetivos, discussões teóricas, procedimentos metodológicos e o desfecho no decorrer do trabalho.

6. CONSIDERAÇÕES GERAIS

Esta pesquisa procurou conhecer, abordar e investigar como as narrativas de viagem são desenvolvidas pelo jornalismo, especificamente dentro dos sites jornalísticos: revista Viagem e Turismo (Abril), G1, Universo Online (UOL), Estado de São Paulo (Estadão) e Catraca Livre. A proposta de compreender os desfechos relacionados à utilização das técnicas de reportagem ampliou-se, proporcionando uma perspectiva crítica sobre o tema.

A discussão das relações que envolvem o Jornalismo e o Turismo gerou um conjunto de ideias relativas ao assunto abordado. A intenção de analisar os sites jornalísticos e desvendar os desdobramentos das matérias colaborou para que diferentes áreas do conhecimento fossem exploradas, como a história, cultura, sociologia, filosofia, geografia, economia, âmbito tecnológico, entre outras. Este intercâmbio transmetodológico do conhecimento ajuda na solução dos objetivos mais específicos, sendo eles: a) Realizar um levantamento do estado da arte relativo ao tema; b) Identificar o viés jornalístico na produção de conteúdo dos sites jornalísticos sobre viagem; c) Contribuir com a qualificação da produção jornalística sobre viagens a partir da análise de dados obtidos e uma reflexão crítica fundamentada.

Importante ressaltar que o processo transmetodológico na composição da pesquisa é relevante para o entendimento de outros campos e favorece com uma percepção mais profunda acerca do problema, desde a origem à atualidade. Deste modo, percebe-se a influência das disciplinas que englobam os eixos das áreas turísticas e comunicacionais. Além de considerar a atividade turística parte de uma prática filosófica e a comunicação como peça fundamental para que essa ação seja realizada.

Se outro objetivo desta monografia era classificar e analisar como o jornalismo vem tratando as narrativas de viagem em relação às produções dos conteúdos disponibilizados nos sites brasileiros, pode-se afirmar, com base no que foi analisado, que são desenvolvidos de maneira rasa e superficial. O que manifesta a indagação não somente pela carência do viés jornalístico quanto às produções, mas em como essas

informações estão sendo repassadas aos leitores. O público precisa consumir conteúdos de qualidade, portanto, a informação não deve ser omitida.

Sendo assim, a questão problema e norteadora da pesquisa: “De que forma as técnicas de produção jornalísticas são aplicadas nos portais que trabalham com conteúdos de viagem?”, permitiu uma concepção mais abrangente, indo além do entendimento das técnicas, que visa um reflexo não somente dentro das problemáticas como a produção, redação, conteúdo, estética e pauta jornalística, mas com o compromisso que o jornalista tem para com a sociedade.

Portanto, de acordo com a problemática apresentada e os procedimentos utilizados para solucioná-la, constata-se, pelos resultados da coleta de dados, a existência desse gênero jornalístico. Porém, não é possível afirmar que o mesmo se desenvolve a partir da utilização de todas as técnicas de produção e reportagem. O formulário aplicado facilitou para alcançar um parâmetro de como essas técnicas estão sendo aplicadas e quais exatamente são mais usadas pelos sites. É verificável, por meio da análise, a utilização de pesquisa exploratória, uso de dados e exposição de imagens na maioria dos conteúdos, mas isso é pouco se comparado ao restante das técnicas demonstradas. Outro fator importante é a falta de profundidade ocorrida dentro desses portais, sendo possível tornar essas editorias mais interessantes se exploradas a fundo, proporcionando ao leitor matérias mais utilitárias.

É incontestável que as editorias de turismo precisam incluir o passo a passo dentro de um roteiro e esclarecer o tipo de pauta, assim como obter informações sobre a contextualização local, cultural, histórica, econômica, política, social, entre outras tantas possíveis. Afinal, se a principal característica da profissão jornalística é trabalhar com a informação, isso não pode gerar dúvidas na publicação de uma notícia/reportagem, caso contrário, não se enquadra na funcionalidade de um jornalista, já que o comprometimento profissional está em informar e retratar a realidade.

No percurso da pesquisa, foi explicado como a base que assegura a conduta jornalística é relevante como ferramenta comunicacional, visto que, o ramo turístico requer visibilidade e uma das formas de adquiri-la é através dos veículos de comunicação. Sendo assim, a dimensão que o turismo traz para o desenvolvimento do país, não pode limitar-se apenas a sondagens resumidas e com pouca profundidade dentro

das matérias tratadas pelas editorias, uma vez que a internet é um instrumento proveitoso para a realização de conteúdos multimídias e ágil para a disponibilização dos mesmos.

Nota-se que a editoria de viagem está sujeita a ser apontada com menos importância diante as outras existentes nos sites jornalísticos, porque pode ser vista como uma área voltada ao lazer. Como dito, falta a compreensão da magnitude que o âmbito turístico traz para o crescimento local, e os meios de comunicação deveriam aproveitar desse fato para explorar novos tipos de conteúdos e eixos informativos. Dito isto, torna-se justificável o argumento da editoria ser relacionada apenas como entretenimento ao invés de um campo de informação.

Ao longo do que foi observado, explorado e analisado a respeito das funções exercidas pelo jornalismo, entende-se que a narrativa de viagem está associada ao jornalismo cultural, porém, há uma incerteza quanto ao que está sendo representado dentro dessas editorias de turismo de grandes sites. Isto é, se as editorias de cultura são segregadas e sofrem com uma crise constante de identidade, como já explicado nos capítulos anteriores. Logo, o que trata especificamente destas narrativas, possivelmente faz parte desta repartição que as editorias culturais tiveram, o que pode dificultar a definição desse gênero jornalístico.

Sabe-se que o jornalismo cultural precisa trabalhar com olhares críticos e com pautas que aproximam-se da realidade, concedendo referências ao público de modo que causem à eles inquietudes através de pensamentos reflexivos, levando ao interesse dos leitores a apropriarem-se dos conteúdos. Então, se as narrativas de viagem não abordarem características que contribuam para a compreensão do tema, a partir de um viés jornalístico crítico e útil, as editorias precisam ser adaptadas para desempenho.

Além disso, é preciso se atentar há uma complexidade que ocorre dentro desses portais, relacionado a falta de acessibilidade dentro das produções jornalísticas, o que leva a concluir que os conteúdos não são inclusivos. Embora a pesquisa tenha o foco nas técnicas de produção empregadas dentro das editorias de turismo, atualmente, a audiodescrição, legenda oculta e janela de libras são elementos comunicacionais que promovem o consumo desses materiais pelas pessoas com deficiência. Mais uma vez, a internet proporciona a execução deste tipo de produção e como computado, o número de matérias com acessibilidade encontrados foi relativamente baixo.

Portanto, após a discussão teórica a respeito das teorias do jornalismo e os fundamentos do turismo, entende-se que é possível a atuação conjunta desses setores, se acompanhado dos preceitos básicos. O turismo é uma área a ser explorada, pois há uma enxurrada de elementos contribuintes para o desenvolvimento deste âmbito e, por meio da mídia, pode resultar na melhoria da forma de produção dos conteúdos. Questiona-se a existência do jornalismo de viagem e, com relação aos portais jornalísticos analisados, verifica-se a tentativa de colocar em prática matérias direcionadas às narrativas de viagem. Mas, considera-se que ainda é necessário que essas editorias revisem as técnicas jornalísticas aplicadas, para que possam obter melhores resultados futuramente, de forma que contemplem os seus leitores.

Além disso, a importância que esta pesquisa traz oportuniza uma visão crítica sobre como o jornalismo está sendo exercido, bem como a relevância em como o tema trata de uma problemática interessante a ser discutida e pensada dentro dos sites jornalísticos.

REFERÊNCIAS

- AVIGHI, Carlos Marcos. **Turismo e comunicação**: estudo do turismo na história da comunicação no séc.XIX, São Paulo: Editora Turismo em Análise, 1992
- BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo cultural no século 21**: A história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática. São Paulo: Summus, 2015.
- BARICHELLO, Eugenia Mariano Da Rocha. **Pesquisa e comunicação**: Olhares e abordagens. Santa Maria: Facos - UFSM, 2014.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2016.
- BONIN, J. **Revisitando os bastidores da pesquisa**: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. Metodologias de pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011
- BRASLAUSKAS, Cleide Floresta E Ligia. **Técnicas de reportagem e entrevista em jornalismo**: Roteiro para uma boa apuração. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves Da. SILVA, Andréia De Lima. **Em busca de um conceito**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, ago. 2017. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1253-2.pdf> Acesso em: 04 ago. 2017.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**: subtítulo do livro. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Título do artigo. **Seminário de pesquisa em turismo do mercosul**, Caxias do sul, jun. 2008. Disponível em: <https://www.ucs.br/ucs/tplvsemintur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt14-10.pdf >. Acesso em: 15 out. 2018.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- LAGE, Nilson. **A reportagem**: Teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística . 9. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- MALDONADO, Efendy. **Produtos midiáticos, estratégias, recepção**. A perspectiva transmetodológica, Ciberlegenda, Rio de Janeiro, 2002.

MARTINEZ, Monica. **Narrativas de viagem**: escritos autorais que transcendem o tempo e o espaço. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 35, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n1/03.pdf>> . Acesso em: 25 set. 2018

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade e hipertextualidade no jornalismo online**: mapeamentos para uma discussão. Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, Manaus set/2000. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/ed3304283efbdeb8cb2931263cf0cbff.pdf>> Acessado em: 27 set. 2018

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e fatos**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 06 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Economia do turismo**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 11 out. 2018.

NETTO, Alexandre Panosso. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia**: O papel da comunicação na atividade turística. São Paulo: Contexto, 2002.

PALACIOS, Marcos. Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo: Portugal, Covilhã: LabCom, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 2 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004

RODRIGUES, Marcelo Carmo. **Para onde foi o “jornalismo turístico”?** Análise de capas da revista Viagem & Turismo em 2007. ALCAR, Niterói, mai. 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Para%20onde%20foi%20o%20jornalismo%20turistico201d.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2018

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. v/2. Florianópolis: Insular, 2005.

APÊNDICES

Entrevista com Adriana Moreira, editora chefe do caderno de Viagem do Estado de São Paulo (Estadão) realizada no mês de julho/2018:

Quantas pessoas trabalham nesta editoria?

A: “Somos em três pessoas na equipe. O que acontece é que às vezes a gente convida outras editorias para viajar com a gente também. Cada editoria tem a sua dinâmica, e o portal como um todo tem uma outra dinâmica. Então essa é a nossa realidade”.

Como acontece a produção dos conteúdos?

A: “Nós precisamos saber qual o espaço que vamos ter para produzir. Nem todas as matérias que fazemos são sobre viagens (destinos), por exemplo, foi feita uma matéria semana passada sobre as novas regras de marcação de assento das empresas aéreas, que tem a ver sobre turismo. Às vezes tem matéria de curiosidade como lugares de gravação, de filmes, de séries, etc, que tem a ver com locais, mas não necessariamente precisamos estar presentes. A nossa rotina é assim, todo mundo faz tudo. Todo mundo escreve, todo mundo viaja, todo mundo sobe matéria online, todo mundo produz da mesma forma. Como as edições estão vindo cada vez menores, não tem como fazer um conteúdo impresso sem ter no online, por isso, tem que ter uma produção digital para conseguir outra audiência. Na segunda-feira, a gente começa o processo de passar o conteúdo do impresso para o online, aí sobe as fotos e vídeos quando tem. Fora isso, colocamos conteúdo na editoria”.

No conteúdo digital vocês colocam outras matérias além do impresso?

A: “Nós damos muito foco no instagram, que é nossa melhor audiência. Selecionamos o que vai colocar no instagram e em conteúdos exclusivos. Então, fazemos esses conteúdo que são só para o instagram, que disponibiliza ferramentas novas que possibilitam a interação com público e complementamos as matérias que estão no impresso dentro do

online. Postamos no twitter também e dá muita audiência imediata. Enfim, tudo que está no impresso está no digital”.

Vocês têm colaboradores?

A: “Não trabalhamos com colaboradores, porque lidamos com uma marca antiga e não podemos colocar em risco a credibilidade. O Viagem é o caderno mais antigo de turismo que temos, tem mais de 50 anos. Lidamos com os valores do Estadão, então não podemos arriscar isso. Se não é jornalista, não sei o interesse da pessoa com a matéria. Viajamos a convite, mas não significa que tudo que estamos indo vamos falar bem. Quanto a colaboração, no máximo no instagram, o leitor posta uma imagem com hashtag e publicamos com crédito. E também, o que pode acontecer, é utilizarmos a pessoa como personagem”.

Quantas matérias são publicadas por edição?

A: “Isso é relativo, depende do espelho. Tentamos pelo menos duas no impresso, mas no online acaba sendo muito mais, é difícil dizer um número exato. Além das publicações, toda terça-feira às 16 horas, tem a rádio Eldorado do Estadão, ao vivo, onde conversamos sobre viagem e turismo, no programa Check-in. Nós escolhemos os temas, normalmente um assunto da edição”.

Em questão de técnicas de produção, o que vocês levam em consideração?

A: “Cada matéria é uma matéria. Se você ler várias edições nossas, você vai ver que não tem um padrão, pois cada destino é um destino. Uma coisa que eu falo para todo mundo, é que eu não gosto de personagem calhau. Ou você usa esse espaço para colocar a sua visão e percepção ou você fala com quem realmente tem algo a falar do destino, alguém que tenha história para contar. É relativo a abordagem com essas pessoas. Eu sou a favor de ocupar o espaço com informação. Tudo depende do destino, de quem vai e do roteiro. Os critérios são você ter um olhar atento, um olhar jornalístico e observador. Tem que se colocar na cena, pois não somos um guia. Nós temos que em partes oferecer uma visão daquilo. É difícil colocar uma fórmula para isso. Antes a regra era não se colocar em cena, mas atualmente a gente adotou essa forma, não tem como não fazer isso. Você precisa se

aproximar do leitor. Tem um monte de blog fazendo isso e as pessoas estão se identificando com isso. Por isso que as redes funcionam”.

Vocês têm retorno dos leitores?

A: “No instagram é onde mais temos retorno. Mandam sugestões, fotos para publicar. Contam das experiências deles nos lugares. Rola uma interação maior. O Viagem é uma editoria que trabalha com percepção, por isso podemos trabalhar com relatos. Nós temos que conversar com vários públicos. É preciso de certa forma pensar estratégia para todas as plataformas”.

Como é decidido a técnica de redação em relação ao título e as narrativas?

A: “O título que sai no impresso é diferente do que sai no digital, são títulos subjetivos e poéticos. Na internet nós mudamos para um título mais objetivo. Na questão da narrativa, não temos um padrão, depende do destino”.

Qual o tipo de conteúdo utilizado da editoria?

A: “Nós trabalhamos com serviço em todas as matérias. Tem vários aspectos que podem ser explorados nos conteúdos. Não trabalhamos com informe publicitário, mas buscamos utilizar de muitos tipos de conteúdos”.

Como funciona a pauta e a abordagem jornalística?

A: “Tudo pode ser um gancho para a gente, o nosso objetivo é oferecer um serviço para o leitor ir para aquele destino. Acredito que utilizamos da contextualização, entre outros elementos. Explicamos na matéria o que tem no lugar, então, procuramos abordar o necessário para o leitor”.

Quantas viagens por mês vocês fazem para produzir os conteúdos?

A: “Como equipe pode colocar em média uma por mês, mas é relativo porque tem mês com mais viagens do que outros. Quando isso acontece, vamos guardando os conteúdos”.