



## Análises das narrativas de viagem em portais jornalísticos brasileiros

Marcela Cartolano<sup>1</sup>

Marco Bonito<sup>2</sup>

Universidade Federal do Pampa - Unipampa

**Resumo:** O artigo realizado é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) que buscou investigar como o chamado “jornalismo de viagem” se apropria das técnicas de reportagem nos conteúdos sobre turismo 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. Buscou-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 narrativas em editorias de turismo e uma reflexão crítica sobre o tema.

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

### 1. Introdução

Este artigo buscou desenvolver uma reflexão crítica sobre questões pertinentes às técnicas jornalísticas utilizadas para a composição das narrativas de viagem dos portais de notícias brasileiros. Delimitou-se o trabalho a partir de três dimensões: a discussão do tema; a análise de conteúdo e os portais jornalísticos analisados. Esses segmentos permitiram alcançar um parâmetro sobre as narrativas de viagem, visto que o objetivo consiste em classificá-las através de questionamentos sobre as técnicas de produção dentro das editorias

---

<sup>1</sup> Jornalista formada pela [Universidade Federal do Pampa](#) e pós graduanda em Mídia, Informação e Cultura pela [Universidade de São Paulo](#). E-mail: [mmcartolano@gmail.com](mailto:mmcartolano@gmail.com).

<sup>2</sup> Prof. Marco Bonito: Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da [Universidade Federal do Pampa - Unipampa](#). E-mail: [marcobonito@unipampa.edu.br](mailto:marcobonito@unipampa.edu.br). Repositório científico: [www.marcobonito.academia.edu](http://www.marcobonito.academia.edu). Redes sociais: @marcobonito.



de viagem, visando contribuir com a melhora na qualidade das produções através de reflexão uma crítica sobre os conteúdos produzidos. Sendo assim, inicialmente, a partir de observação sistemática e pesquisa exploratória sobre o tema, foi possível compreender como os portais jornalísticos carecem de um olhar crítico quando as matérias são relacionadas ao turismo. A proposta foi discutir o tema a partir desses pontos que norteiam a construção da pesquisa e estabelecem uma compreensão crítica sobre o que está sendo investigado.

Desse modo, visto que a pesquisa demandou a exploração de outros campos do conhecimento, utilizou-se as lógicas da transmetodologia (MALDONADO, 2002) como forma de procedimento metodológico, trazendo o diálogo e lógicas das áreas das Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Ciências Econômicas e âmbito Tecnológico, onde são feitas apropriações do Jornalismo, Turismo, História, Geografia, Cultura, Sociologia, Filosofia, Economia e Tecnologia. Ou seja, o objeto foi tratado no âmbito tecnosocial, com o aproveitamento de outras áreas do conhecimento, que permitiram colaborar com olhares e ângulos distintos para a pesquisa acadêmica em Comunicação Social.

Para colocar em prática essa proposta usou-se um formulário online para a execução da coleta de dados. Este formulário, que era respondido pelos próprios pesquisadores, foi composto por critérios e categorias que permitiram identificar, com a computação dos dados, os elementos jornalísticos de cinco portais brasileiros, onde a indicação dos mesmos foi baseada na pesquisa exploratória e Pesquisa Brasileira de Mídia.

## **2. Apresentação da problematização**

O problema da pesquisa, segundo Bonin (2011), está relacionado com questões orientadoras que funcionam como eixo ordenador de toda a estruturação de um projeto de investigação. Sendo assim, o objeto de interesse dessa pesquisa foi a chamada “narrativa de viagem” e ao deparar-se com suas idiossincrasias surge a seguinte questão problema e norteadora dessa pesquisa: De que forma as técnicas de produção jornalísticas são aplicadas nos portais que trabalham com conteúdos de viagem?

A contextualização faz parte do momento contemporâneo de uma pesquisa, ou seja, ela ajuda a encontrar nexos no objeto estudado. Ainda 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 um fenômeno recente, pois as narrativas estiveram relacionadas às descobertas de territórios, novas populações, curiosidades e estranhamentos.

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” e “De Moto pela América do Sul”.

Todo viajante tem um potencial para ser narrador e 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. Conseqüentemente, a necessidade do jornalismo em se adaptar e explorar esse espaço gera uma oportunidade para os profissionais da área, “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). Portanto, os jornalistas, além de possuírem a capacitação profissional, também têm habilidades para dar continuidade às narrativas dentro das editorias de turismo, mas com um olhar crítico, diferenciando-se daqueles que não estão aptos para tal função.

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 essas editorias 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. Além disso, visto que em 2016 houve a chegada de 6,6 milhões de



turistas no Brasil, como consta no Ministério do Turismo (MTur), percebe-se que a indústria de viagens está associada diretamente como forma de obter lucro, gerar empregos e cultura.

Sendo assim, a informação passa a ser uma ferramenta determinante na vida de milhares de turistas. 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” logo, 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.

Portanto, quando um conteúdo é pensado para a web, o jornalista tem a oportunidade aprofundar no tema, pensando na pauta que agregue 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 à narrativa. Diferentemente do que vem sendo encontrado nos conteúdos de viagem atualmente, onde grande parte são rasos e incompletos.

Conseqüentemente, 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.

### **3. Estratégias metodológicas**

Inicialmente, foi necessário realizar uma pesquisa exploratória prévia sobre o tema que concebeu a percepção genérica 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”. Em seguida, a pesquisa de contextualização permitiu relacionar a conjuntura na qual se encontra o objeto. 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 sobre a origem desse gênero jornalístico, 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 efetuada uma pesquisa bibliográfica, para investigar a identificação do tema em possíveis âmbitos acadêmicos. Segundo Duarte e Barros (2010, p. 54) ela 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 à sede do Jornal O Estado de São Paulo (Estadão), que faz parte de um dos portais escolhidos para serem analisados. A visita permitiu expandir o entendimento sobre como funcionam os critérios que os jornalistas utilizam para a composição das matérias e toda a lógica das editorias, as informações foram coletadas através da realização de observação não participante e entrevistas com editores e repórteres.

Para coletar os dados informativos sobre os conteúdos selecionados foi gerado um formulário do Google e analisados cinco portais jornalísticos que trabalham com as editorias de Viagem/Turismo, cujo critério de seleção foi baseado no ranking da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016). Esse questionário 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) e continha a seguinte pergunta: “Quais portais



jornalísticos abaixo você costuma acompanhar sobre conteúdos de turismo?”. 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%).

Após a definição dos sites a serem analisados foi criado um novo formulário do Google para servir como registro e banco de dados. A coleta iniciou em 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). Entende-se que, por uma questão de planejamento, ao viajante é preciso se programar com antecedência em relação aos destinos. Além disso, o início de mês é o momento em que 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 foram: 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.

A coleta seguiu 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 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 formulário<sup>3</sup> utilizado para essa atividade realizada, para assim, poder verificá-los e analisá-los.

#### **4. A relação intrínseca entre o Jornalismo Cultural e o Turismo**

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 e 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.

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. Afinal, isso está acontecendo na prática ou permanece apenas na teoria? Em relação às narrativas, há como influência Martinez (2012),

---

<sup>3</sup> Acesso ao formulário realizado para a coleta de dados:  
<https://docs.google.com/forms/d/1VzHrG6OHBmo8oQsRy3JOHI2H3uzerWJgzFcpsW1K5aQ/prefill>

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.

Ao estudar a associação existente entre o jornalismo e a área turística se faz necessário problematizar sobre as técnicas de reportagem. 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. Bem como, o processo de produção de uma matéria exige diferentes fatos e vertentes que deveriam ser executadas por um(a) profissional do jornalismo apto a apurar os fatos e apresentar um texto instigante ao leitor.

## **5. Resultado da coleta e análise descritiva**

Foram selecionados cinco portais jornalísticos que trabalham com as editorias de turismo com base no ranking da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) e na observação de sites que destacaram-se pela escolha do público, sendo eles: Catraca Livre (54,2%), Viagem e Turismo (50%), UOL (41,7%), G1 (39,6%) e O Estadão (22,9%). A coleta foi realizada com base nos seguintes critérios:



- a) **Técnicas de produção:** 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:** Título jornalístico; Uso correto da norma culta da Língua Portuguesa; Texto informativo; Objetividade; Clareza; Concisão; 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 (de 1 a 5 - Ruim, Razoável, Boa, Muito boa, Excelente):** Foto; Vídeo; Áudio; Infográfico.
- e) **Pauta e abordagem jornalística:** 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 foram essenciais para proporcionar um parâmetro de como o webjornalismo de viagem está sendo executado.

Dentro dos cinco portais analisados, foram coletados<sup>4</sup> 15 materiais jornalísticos, sendo três conteúdos de cada site, ou seja, as principais matérias que estavam em destaques pelas editorias. A partir das respostas, compreende-se assim que, em relação às Técnicas de Produção, 92,2% das matérias continham a pesquisa exploratória, 85,7% o uso de dados, mas não utilizaram 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 possuíam o título jornalístico, 100% o uso correto da norma culta da Língua Portuguesa, 80% trabalharam com o texto informativo, tendo 53,3% de objetividade, 60% de clareza e 46,7% de concisão. Além disso, 53%<sup>3</sup> matérias admitiram adjetivos.

Quanto às narrativas, de 15 matérias (entre parênteses a quantidade computada), adquiriram-se a narrativa Jornalística (8), narrativa Literária (5), narrativa Hipertextual (11),

---

<sup>4</sup> Período da coleta de dados: novembro de 2018.



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

No que refere-se à estética do conteúdo multimídia, todas as matérias tinham fotos, porém, a qualidade das imagens variaram entre Razoável (2), Boa (4), Muito boa (4) e Excelente (4)<sup>5</sup>. 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 Abordagem jornalística, a primeira etapa verificou em relação ao 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”, constataram-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).

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 apropriou da pesquisa exploratória e do uso de dados (no sentido de números dentro do texto), mas não utilizou 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. Há uma necessidade em explorar as

---

<sup>5</sup> Os números de 1 a 5 referem à qualidade do conteúdo estético visibilizados nos conteúdos.



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.

Em relação da estética multimídia, todas as matérias tinham fotos, poucas com máxima qualidade e, quanto aos outros quesitos, deixaram a desejar, tornando-se medíocres nesse âmbito. 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, estava 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 trabalharam 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, já que de quinze matérias analisadas somente três continham acessibilidade para Pessoas com Deficiência, sendo nítida a falta de inclusão dentro dos conteúdos.

## **6. Considerações gerais**

Este artigo 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 com a utilização das técnicas de reportagem ampliou-se, proporcionando uma perspectiva crítica sobre o tema. O objetivo era compreender e analisar como o jornalismo vem tratando as narrativas de viagem em relação às produções dos conteúdos disponibilizados nos sites brasileiros. A questão problema e



norteadora da pesquisa era a seguinte: “De que forma as técnicas de produção jornalísticas são aplicadas nos portais que trabalham com conteúdos de viagem?”.

Entendemos que os dados coletados pela pesquisa permitiram uma compreensão mais ampla do problema, os portais jornalísticos analisados tem conteúdos que pouco se valem de técnicas jornalísticas que buscam colocar o objeto da matéria em crise e na prática mais se assemelham a conteúdos de entretenimento. Não há, por exemplo, críticas aos lugares, aos roteiros de viagem, aos hotéis e espaços públicos, como se estes ambientes todos fossem perfeitos e imunes a qualquer tipo de problema que invariavelmente qualquer viajante já experimentou. A imagem que as reportagens de viagem criam são geralmente o de um lugar paradisíaco.

Retratar a realidade é uma função social do jornalismo, isso significa que não basta ter estética jornalística para ser conteúdo jornalístico, é preciso desempenhar o papel de ser os olhos de quem não viu, os ouvidos de quem não ouviu e o corpo de quem não esteve naqueles locais. A construção do discurso das narrativas de viagem dos portais analisados poderia ser mais realista e menos fantasiosa, colaborando diretamente para a definição de um roteiro de viagem pelo leitor. A partir dessa realidade, considera-se que as técnicas de produção jornalísticas encontradas nos portais de conteúdo de viagem analisados ainda são pouco e mal exploradas, podendo se aperfeiçoar para gerar conteúdos mais interessantes e adequados às necessidades do leitor.

## Referências bibliográficas

AVIGHI, Carlos Marcos. **Turismo e comunicação**: estudo do turismo na história da comunicação no séc.XIX, São Paulo: Editora Turismo em Análise, 1992.

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.

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](https://www.ucs.br/ucs/tplvsemintur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt14-10.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2018.



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.

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/ed33304283efbdeb8cb2931263cf0cbff.pdf> em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/ed33304283efbdeb8cb2931263cf0cbff.pdf>> Acessado em: 27 set. 2018.

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

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.