

UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FAAC – FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
DCSO – DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

IZABELLA DI PIETRO MIRANDA

GIRO NO MUNDO
SITE VOLTADO AO JORNALISMO DE VIAGEM

BAURU
2017

IZABELLA DI PIETRO MIRANDA

GIRO NO MUNDO
SITE VOLTADO AO JORNALISMO DE VIAGEM

Relatório de Projeto Experimental apresentado à banca examinadora em cumprimento parcial às exigências do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientador do Projeto Experimental:
Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura

BAURU
2017

IZABELLA DI PIETRO MIRANDA

GIRO NO MUNDO

Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da UNESP- Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Bauru, de de 2017.

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente – FAAC/UNESP
Membro da Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho – FAAC UNESP
Membro da Banca Examinadora

Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura – FAAC UNESP
Orientador e presidente da Banca Examinadora

Aos meus pais, Renata e Fabrício

Aos meus avós, Cida e Norival

E ao meu namorado, Victor

Que percorreram este caminho
comigo e, de várias formas, me
trouxeram até aqui.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeira e principalmente à minha mãe, Renata Mello, que esteve ao meu lado nesses últimos 21 anos em todas as ocasiões, para melhor e para pior (e nós sabemos que esses momentos também existiram durante esses quatro anos). Obrigada por acreditar em mim, por não me deixar desistir da faculdade, por me incentivar, pela torcida, por aguentar meus problemas, por aceitar a minha ausência para me fazer voar. Obrigada por ter feito meus sonhos se tornarem real. Sou eternamente grata por você ter me feito chegar aqui, junto com meu pai.

Agradeço ao meu pai, Fabrício, por sempre acreditar em mim e por ter me passado essa paixão por viagens e me mostrar o poder da escrita, esse projeto prova que filho de peixe, peixinho realmente é. Não poderia ter sido diferente.

Agradeço aos meus avós, Cida e Norival, que sempre foram meu maior porto seguro, a garantia de um abraço amado e um lar feliz. Obrigada por se preocuparem tanto comigo e por me fazerem sentir tão amada, mesmo não estando sempre perto.

Ao meu namorado, Victor Dantas, por ter me auxiliado no processo de criação do site e por estar sempre presente, mesmo em face das dificuldades. Obrigada por tornar esse momento de crescimento e amadurecimento em algo mais fácil, por me dar forças para continuar e por colocar um sorriso no meu rosto todos os dias. Você foi a minha “rocha” durante esse processo, obrigada pelo apoio e incentivo.

À minha sogra e amiga, Ana Maio, por ter sempre acreditado e motivado meus esforços nesse trabalho, entendendo tudo e sempre se dispondo a ajudar.

Agradeço ao orientador do projeto, Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura, pela paciência, confiança, inspiração e pressão, sempre justificando que “o que eu não te pedir agora sob pressão, não vai sair”. Agora fizemos “sair” um trabalho que eu orgulhosamente apresento a todos. À Profa. Dra. Angela Grossi, que acompanhou de perto todo o desenvolvimento e me incentivou a continuar, mesmo nos dias de desânimo. Professora, você foi extremamente

importante para que este trabalho se tornasse real. Ao Prof. Dr. Maximiliano, que com sua presença carismática e mente habilidosa, me trouxe muita reflexão durante suas aulas ministradas ao longo desses últimos dois anos. Agradeço a vocês, e outros professores do curso, pelos contínuos aprendizados, tanto para me tornar uma pessoa quanto uma profissional melhor.

Aos meus amigos de longa data, Ana Luiza, Giovana, Vanessa, Alexandre e Rafael. Todos assistiram meu sonho de ingressar na Universidade se tornar real, e hoje acompanham ele se finalizar. Sou imensamente grata por poder continuar contando com vocês, como fiz nos últimos 10 anos.

As minhas queridas amigas Anna, Bárbara, Catherine, Daniela, Flávia e Ingrid. Vocês se tornaram a minha família em Bauru, e carregarei vocês em meu coração independente do que o destino nos guarda nessa nova fase. Foi maravilhoso estar ao lado de vocês durante esses quatro anos. Obrigada por tudo.

Agradeço também os meus entrevistados, que foram muito solícitos e compreensivos, ajudando diretamente este projeto a se tornar real.

“Viajar é mudar a roupa da alma.”

Mario Quintana

RESUMO

Este projeto teve como objetivo o desenvolvimento de um site jornalístico direcionado ao chamado jornalismo de viagem. O site se propôs a trazer ao leitor informações e conhecimentos sobre uma vasta gama de aspectos ligados à preparação e à realização de uma viagem. O site está estruturado em dois gêneros jornalísticos (informativo e utilitário), dispostos como conteúdos em quatro editorias. O conteúdo editorial traz a produção de roteiros, fotografias, vídeos e outras produções jornalísticas que possam ajudar na elucidação do tema. A metodologia inclui todos os procedimentos do trabalho jornalístico: pesquisa, elaboração de pautas, entrevistas e elaboração de conteúdo. De modo complementar, foi efetivada uma sondagem junto à rede social Facebook e aos demais sites de jornalismo de viagem, com a finalidade de reconhecer e definir o público-alvo e suas demandas em relação ao tema. O trabalho atingiu tudo aquilo que foi proposto aqui, apresentando como produto final o site com todos os conteúdos produzidos voltados ao tema.

Palavras-chave: Webjornalismo; Jornalismo especializado; Jornalismo de Viagem; Turismo; Serviços.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Justificativa	13
1.2 Objeto	14
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo Geral	16
1.3.2 Objetivo Específico.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
3 PLANEJAMENTO DO PRODUTO	19
3.1 Custos de Implantação	21
4 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO	21
4.1 Descrição das atividades empregadas	21
4.1.1 Pré-produção.....	21
4.1.2 Produção das reportagens	22
4.1.3 Redação dos conteúdos.....	24
4.2 Descrição do produto final	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS.....	32
APÊNDICES	34

O site e seus conteúdos produzidos como Trabalho de Conclusão de Curso podem ser acessados no seguinte link:

www.gironomundo.com.br

1 INTRODUÇÃO

Ao jornalista, cabe muito mais do que noticiar fatos. Existem muitas áreas que se fazem necessárias à prática dessa profissão, responsável por ouvir e suprir as carências informacionais do público. Além de realizar todas as etapas do trabalho jornalístico para informar de maneira apropriada, é necessário saber por onde fazê-la e onde está seu público interessado. Pensando no tema abordado por este projeto, considerando a melhor forma de distribuição de seu conteúdo e estudando os meios para que isso acontecesse, os estudos de Pierre Lévy se tornaram base para que a decisão de usar internet como meio de comunicação acontecesse.

O sociólogo e pesquisador em ciência da comunicação Pierre Lévy (1999, p. 127-128) propõe que o crescimento do ciberespaço é orientado por três princípios fundamentais: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão, sendo princípio básico do ciberespaço, promove a interação entre pessoas do mundo todo através das redes ou teias, sendo assim, qualquer informação é capaz de viajar o mundo e ser acessada de qualquer lugar. As comunidades virtuais são extensões da interconexão, sendo construídas sobre afinidades de interesses. E por último, a inteligência coletiva está relacionada à troca de informações nessas comunidades, com o intuito de se aproximar ao ideal do coletivo inteligente.

Sobre a cibercultura, é possível dizer: “expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer” (LÉVY, 1999, p. 15).

Ainda sobre as definições dos conceitos de cibercultura e ciberespaço, é possível acrescentar:

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

O desenvolvimento do ciberespaço e da cibercultura possibilitaram a expansão de diferentes formas de conhecimento, inclusive o desenvolvimento do webjornalismo. Nele, é possível tratar de diversos temas e atribuir ao jornalismo especificações que antes não eram possíveis. Nesse contexto, o jornalismo de viagem foi capaz de migrar dos livros, revistas e jornais para a web, se desenvolvendo de acordo com as condições do ciberespaço. Tendo em vista essas considerações, surgiu a ideia de realizar o *Giro no Mundo*, um site voltado ao jornalismo de viagem como projeto experimental, propondo conteúdos originais e aprofundados sobre a temática.

A crescente demanda por esse tipo de conteúdo gera uma grande oferta dos diversos meios midiáticos sobre turismo. Assim como em outras áreas do jornalismo especializado, o jornalismo de viagem não poderia deixar de acompanhar o desenvolvimento da internet e seus desdobramentos, encontrando para si vantagens ao se adaptar a essa nova forma do fazer jornalístico.

Independente do que motiva a realização de uma viagem, em geral o público costuma pesquisar sobre o tema antes de tomar decisões, procurando destinos, roteiros, dicas, experiências prévias de outros viajantes e o que fazer em determinados lugares. Até o momento da viagem em si, os indivíduos procuram lugares a fim de ter respaldo sobre o tema, para se informarem em um meio capaz de suprir suas dúvidas.

Magda Nassar, presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), em entrevista concedida a *Folha de São Paulo*¹, contou que fazer turismo se tornou nos últimos anos quase que uma necessidade de primeira ordem para o brasileiro; “[...] em um período de crise como o atual, ele pode até se adaptar por uma viagem mais barata, mas não vai deixar de viajar” (FALCO, 2015). A relevância e a importância do tema exigem um conteúdo à altura, e já que blogs pessoais sobre turismo são predominantes no ramo, o *Giro no mundo* se propõe a realizar verdadeiro trabalho jornalístico sobre o assunto.

¹ <http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/09/1682368-apesar-da-crise-brasileiros-continuam-viajando-veja-dicas-para-economizar.shtm>

Apesar da possibilidade de se informar sobre o tema em diversos meios midiáticos, o meio digital se tornou referência em termos de busca por conteúdos sobre turismo. No contexto das necessidades dos turistas, do avanço da conexão e das redes sociais, a internet é capaz de aproximar o internauta de sua busca e dispõe ao leitor aprofundamentos específicos e dicas que nem sempre são disponibilizados nos outros meios.

Os sites de viagem em geral procuram informar o leitor trazendo dados práticos e pontuais sobre o tema. O *Giro no Mundo*, por outro lado, traz informações, pesquisas e entrevistas aprofundadas sobre os destinos, baseado no conceito da cultura do compartilhamento da cibercultura e com o conceito de curadoria das informações. Por curadoria entendemos:

[...] o termo curadoria de informação tem aparecido cada vez mais para tratar de alguns processos que ocorrem sobretudo no âmbito da internet. O termo, que aparece ora na literatura específica da área da comunicação ou do jornalismo, ora nas matérias dos veículos ou cadernos de informática virou um termo chave para a tratar, a grosso modo, das práticas de filtragem e produção de conteúdo nas mais diversas plataformas digitais (AMARAL, 2012, p. 42).

Esses conceitos foram utilizados a fim de auxiliar na seleção de conteúdos criados e disponibilizados para os leitores, escolhendo as informações mais relevantes, filtrando o que é de interesse do público e o que dialoga com a proposta do site.

1.1 Justificativa

O jornalista deve estar sempre atento às necessidades do público, presente nas mais variadas questões e consciente da importância de diversas temáticas, porém algumas editorias do jornalismo acabam ganhando maior valor acadêmico e, portanto, mais atenção que outras. O jornalismo de viagem é uma área pouco explorada na universidade e com grande potencial com o avanço da internet e das redes sociais, por isso foi escolhido como tema para o desenvolvimento do site. Sobre o jornalismo e o turismo, pode ser acrescentado:

O desenvolvimento do turismo acabou por integrar-se ao processo de desenvolvimento da comunicação, particularmente a partir da invenção da escrita e, mais especificamente, com o estabelecimento da sociedade capitalista. As coincidências se dão a partir do advento da imprensa e se mantêm até os dias de hoje. Dos “relatos de viagem” às novas tecnologias da comunicação, turismo e jornalismo sempre caminharam lado a lado (RODRIGUES, 2008, p. 1).

Após observar as principais publicações e sites do segmento, verificou-se que, apesar da intensa produção acerca do tema, são poucos aqueles que se preocupam em detalhar as informações, sendo essas apenas dispostas sem muito aprofundamento. A qualidade da informação disposta nem sempre é fornecida com o zelo adequado, por isso foi parte do trabalho garantir informações apuradas e aprofundadas sobre turismo.

Os pontos de interesse dos locais, a qualidade dos serviços oferecidos aos turistas, os diferentes tipos de viagem, roteiros que englobam vários conteúdos e diferentes possibilidades em um mesmo roteiro são informações escassas nos veículos existentes, já que alguns sites preocupam-se apenas em citar informações, ignorando os possíveis desdobramentos desse conteúdo e a importância do turismo.

No âmbito social, o trabalho produziu conteúdos que estão cada vez mais presentes e em demanda pela sociedade, abordando questões não tão exploradas e realizando serviços para os leitores. No âmbito universitário, contribui com um produto sobre jornalismo de viagem, tema não muito presente nos trabalhos de conclusão de curso atuais e pouco explorado nas disciplinas dessa graduação, surgindo apenas em Jornalismo Especializado II, no último semestre da faculdade.

Com a metodologia aplicada, o projeto pretende colaborar para o fortalecimento prático e teórico do chamado jornalismo de viagem.

1.2 Objeto

Assim como é necessário considerar as mudanças que o jornalismo tradicional vem enfrentando diante os novos meios midiáticos e as novas demandas do público, é preciso repensar a forma de fazer o jornalismo de viagem e o meio em que esse é realizado. Para isso acontecer, é preciso

prestar atenção às mídias mais utilizadas e aproveitar as oportunidades para o desenvolvimento dessa área do jornalismo.

O desenvolvimento do site sobre esse jornalismo visou acompanhar a mudança e o novo fazer jornalístico, e ao contrário das mídias tradicionais, que detêm a produção dos conteúdos, a veiculação e a garantia que o expectador receberá a informação, na internet a maior parte desse processo depende do público. A internet é capaz de disponibilizar condições para quem quer se comunicar e se informar, sendo um instrumento capaz de desenvolver um novo atuar na sociedade e um novo processo de fazer comunicação. A respeito desse novo processo comunicacional, é possível acrescentar:

É fato que o processo de comunicação evoluiu na medida em que o homem encontrava sinergia entre modos, formas e meios de expressão. É fato que tal evolução vem sendo marcada pela introdução de novos *modus faciendi* e *modus operandi* que foram se sofisticando em patamares equivalentes à evolução de conhecimento e das tecnologias (CÔRREA, 2005, p 98).

Com a possibilidade de escolher entre uma vasta rede sobre determinado tema, o consumidor se torna um agente cada vez mais ativo na decisão da sua leitura e escolha de compra, por isso é necessário que exista um diferencial na produção do conteúdo do jornalismo de viagem, realizando um trabalho jornalístico e não simplista sobre o tema, para que o consumidor garanta que entende as condições e as situações das suas escolhas. Sobre o objeto desse trabalho de conclusão de curso ser a união da internet com o jornalismo de viagem, temos:

As redes sociais baseadas na internet, como fonte de informação para a decisão de viajar, oferecem a possibilidade de leitores, clientes e parceiros terem ferramentas digitais e recursos tecnológicos que ampliem seus horizontes, oportunidades e possibilidades. No que diz respeito ao seu uso para a obtenção de informação e conhecimento para a decisão de viajar, trata-se também de um fenômeno bastante recente, e, conseqüentemente, pouco estudado (GUERRA; GOSLING; COELHO, 2014, p. 406).

Ao desenvolver um site jornalístico sobre viagem, a preocupação e as dúvidas dos leitores foram assumidas como fonte de busca de informação,

tornando-se um trabalho propriamente jornalístico, junto a outras etapas desse processo, para assim poder melhor atendê-los.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Esse projeto teve como objetivo geral o desenvolvimento de um site jornalístico voltado ao chamado jornalismo de viagem, trazendo ao leitor informação, contextualização e serviços ligados ao turismo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Adquirir conhecimento para o desenvolvimento de um website;
- Desenvolver o design, o logo e a identidade gráfica para o site;
- Registrar um domínio “.com.br” para garantir credibilidade e propriedade sobre a marca;
- Compreender as necessidades dos viajantes para melhor atendê-las;
- Facilitar, por meio de reportagens, entrevistas e serviços, a preparação de uma viagem para o leitor;
- Reunir em um único site conteúdos sobre diferentes destinos;
- Criar de um website que também seja um guia de serviços ao turista brasileiro, colocando à disposição links para maior aprofundamento nos assuntos;
- Realizar uma fan page na rede social Facebook, para atrair e fidelizar os leitores.

Todos os objetivos, tanto o geral quanto os específicos, foram realizados e colocados em prática, dentro das expectativas deste projeto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O conteúdo do site sobre jornalismo de viagem foi realizado tomando por base dois gêneros jornalísticos: informativos e utilitários (MARQUES DE MELO, 2016, p. 50-51). Sendo assim, através de reportagens, matérias, entrevistas e serviços, as informações estão dispostas dentro de editorias definidas. Sobre o uso dos gêneros apresentados, o autor explica que:

Os gêneros refletem aquilo que os cidadãos querem e precisam saber/conhecer/acompanhar, porque justamente nos gêneros esse público encontra respaldo para suas ações cotidianas (MARQUES DE MELO, 2016, p. 49-50).

A utilização desses gêneros jornalísticos possibilitou a elaboração e a apuração do trabalho de forma mais ampla, levando em consideração diversas questões relevantes sobre o assunto e evitando a limitação a apenas um tipo de conteúdo. Estão presentes reportagens e conteúdos informativos sobre diferentes destinos a serem visitados, entrevistas e depoimentos de pessoas que moraram fora do país, roteiros para determinados locais e dicas sobre viagens em geral. A escolha desse meio para a realização do trabalho de conclusão de curso foi decidida após uma avaliação dos meios mais utilizados para o acesso a esse tipo de informação. Considerou-se que a internet se faz como o meio mais adequado para acompanhar as demandas, de forma veloz e abrangente, e alcança diversos públicos sem restrição local, o que poderia não ocorrer se o trabalho fosse desenvolvido em outro meio.

A internet é o meio que supre de melhor forma a necessidade do leitor atual, que valoriza estar apenas a cliques de distância do conteúdo e que procura por respostas rápidas, acessando aquele que estiver mais facilmente ao seu alcance. Acerca da relevância da ambientação do meio e em que formato está inserido, é descrito que:

A busca de informação turística é vista como resultado de um processo dinâmico, no qual os viajantes usam vários tipos e quantidades de fontes para responder às contingências internas e externas referentes ao planejamento de viagens. Buhalis e Law (2008) destacam a importância da internet como canal que potencializa a distribuição da informação sobre organizações de destinos turísticos entre consumidores (GUERRA; GOSLING; COELHO, 2014, p. 409).

Conforme motivos apresentados neste tópico e reforçados em outros, o meio utilizado para o desenvolvimento do projeto experimental foi o website. Por isso, sobre a importância da internet nas decisões do turismo, é possível acrescentar:

A European Travel Commission (2013) considera mesmo que a internet revolucionou a forma como os consumidores tomam as suas decisões de viagem. Campanhas de marketing baseadas na web tornaram-se, cada vez mais, um importante meio de promoção dos destinos e serviços turísticos. As redes sociais fornecem fóruns para turistas discutirem os lugares que visitaram. De facto, a evolução das tecnologias de comunicação e o interesse das redes sociais como o Facebook ou o Instagram, forçaram a indústria a reconsiderar a forma de planeamento e consumo de produtos e serviços turísticos. Como consequência, existe um grande potencial de mercado no uso da internet para propósitos turísticos (PINTO, 2016, p. 22).

Para a escolha dos conteúdos, foi utilizado o conceito de curadoria online. Curadoria, de acordo com dicionários, é a função de alguém que zela e vigia algo, e no caso do *Giro no Mundo*, a autora zela pela seleção e pela produção das informações, trabalhadas a partir do viés jornalístico. A importância do uso da curadoria online é aqui justificada:

Autores como Rosembaum (2011) e Beiguelman (2011) justificam o surgimento e o crescimento da atribuição de curadoria de informação ao imenso volume exaustivo de dados na web (textos, links, vídeos, imagens, formatos), desde os mecanismos de busca aos sites de redes sociais e outras plataformas. Rosembaum (2011) chama esse volume de informações crescentes de “tsunami de dados” e Beiguelman (2011) de “dadosfera”. As métricas e mensurações quantitativas como o relatório anual do Technorati sobre a blogosfera (State of the blogosphere) são exemplos dessa avalanche informacional. (AMARAL, 2012, p. 44).

A curadoria dos dados também se aplica na hora da verificação das fontes, pois o excesso de informações pouco apuradas aumenta a ocorrência de dados equivocados, e as fontes disponíveis nem sempre são especializadas ou estudam o tema, embora falem sobre ele. É preciso que haja a verificação das informações dispostas na internet, tanto nos sites sobre jornalismo de

viagem quanto nas informações obtidas através das entrevistas. Houve o cuidado com as informações obtidas, para não serem reproduzidas de forma errônea.

Por ser um projeto desenvolvido para a internet e para contemplar um público mais amplo, a linguagem utilizada nos conteúdos foi simples e clara, possibilitando que este tipo de discurso dialogue melhor com o meio e o assunto. Sobre a linguagem utilizada no turismo, é possível acrescentar:

[...] pode-se considerar que nem sempre existem limites bem definidos entre a linguagem comum e a linguagem setorial, e que os textos de âmbito turístico, mais do que os outros campos, se situam justamente nessa zona de fronteira, mais próximos do uso geral da língua (FERREIRA, 2013 p. 17).

3 PLANEJAMENTO DO PRODUTO

O tema jornalismo de viagem foi escolhido após o interesse nas aulas de Jornalismo Especializado, no qual o tópico foi apenas citado na primeira parte da disciplina, no primeiro semestre do quarto ano, e tratado de forma específica na segunda parte, no semestre seguinte; e após o incentivo de amigos e familiares, que motivaram a autora ao pedir repetidamente que essa os ajudasse a programar suas viagens.

O meio a ser produzido foi sugerido e incentivado pelo orientador Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura, que viu na internet e na plataforma de um website a melhor forma de acompanhar as necessidades do assunto, de reunir leitores e alcançar o público-alvo. Para atrair leitores, foi lançada a página do *Giro no Mundo* na rede social Facebook², com a finalidade de divulgar os conteúdos criados e atrair leitores para o site. Além disso, um canal no site Youtube³ foi criado para a postagem e divulgação das entrevistas realizadas em vídeos sobre intercâmbios. O canal tem tido bastante repercussão, possuindo até então 118 inscritos e os quatro vídeos reúnem cerca de 600 visualizações. O canal foi monetizado e é considerado parceiro verificado pelo YouTube, por ter alcançado 100 inscrições e por ter cumprido os requerimentos de configuração necessários à verificação da conta.

² www.facebook.com/gironomundo

³ www.youtube.com/gironomundo

Os autores Ivan Vicentin e Norberto Hoppen (2003, p. 2), tomando por base Tom Vassos (1998), ponderam sobre as mudanças que ocorrem no turismo com o uso da internet:

Um dos setores que está vivenciando as transformações ocasionadas pela popularização da Internet é o do Turismo. A revolução da tecnologia da informação (TI) está causando um impacto fundamental e profundo na maneira como as viagens e os serviços complementares são anunciados, distribuídos, vendidos e entregues, simplesmente porque o negócio real por trás de viagens é a informação.

O site foi planejado e produzido para ampla variação etária, para pessoas interessadas em turismo e viagem, de média classe média e alta classe média (definições aplicadas desde 2014 pela Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas), sem distinção de gênero ou de região. A ampla variação etária se justifica através dos próprios conteúdos, que não foram criados baseados em apenas uma modalidade do turismo (como ecoturismo ou turismo de aventura) ou foram realizados exclusivamente para certa faixa etária, uma vez que as formas que os conteúdos se apresentam nas quatro editorias não fazem essa distinção. Apesar de ser feito para esse público-alvo, não há restrição do conteúdo para outros públicos que possam se interessar pela temática.

No início, o site possuiria um design produzido para versão desktop e outro para sua versão mobile, mas como isso exigiria o dobro do tempo para planejar e produzir e, portanto, refletiria no dobro de trabalho, a autora optou por produzir inicialmente apenas a versão desktop mas que funciona perfeitamente na versão mobile, com a única diferença de que ele não foi feito exclusivamente para esta finalidade. Logo, quando acessado por um dispositivo móvel, todas as funcionalidades do site estão operando normalmente, e o design foi pensado para se adequar tanto à tela do computador quanto à tela mobile, porém não há otimização (adaptação exclusiva) para dispositivos móveis. No futuro e com a ajuda de programadores de software, a versão mobile otimizada deverá ser produzida.

Embora o produto não tenha sido pensado e criado a partir de um viés comercial, existe a possibilidade do desenvolvimento de conteúdos publieditoriais (matérias patrocinadas que envolvam a temática) e outros

modelos de negócios ainda podem ser discutidos no futuro, como parcerias, divulgações, anúncios e financiamento coletivo. O canal do YouTube foi monetizado como forma de teste para experimentar se existiria a possibilidade de haver um retorno financeiro logo no início, mas descobriu-se que isso não era tão simples, pois para gerar renda é preciso que os usuários do YouTube assistam a propagandas no começo de cada vídeo, opção que pode ser ignorada após alguns segundos.

3.1 Custos de implantação

Na tabela abaixo, seguem os custos (alguns aproximados) de implantação do projeto até o momento:

EQUIPAMENTO	CUSTO
Pacote Premium Wix	R\$ 170,00
Domínio e Hospedagem do site	R\$ 30,00
Transporte (combustível e pedágios)	R\$ 200,00
Impressão dos relatórios	R\$ 50
TOTAL	R\$ 450

4 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

4.1 Descrição das atividades empregadas

4.1.1 Pré-produção

No início do projeto, foram realizadas reuniões com o orientador do projeto, Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura, para decidir como o trabalho seria desenvolvido, a temática, qual formato e meio midiático seria usado, dividido em quais etapas, qual seria a metodologia aplicada e o cronograma de execução. Depois da decisão do formato (site) e da temática (jornalismo de viagem), a autora estudou as bibliografias recomendadas, pesquisando não só sobre o jornalismo de viagem, mas também sobre websites, seu funcionamento, sua captação de leitores e sobre turismo em si.

Com a ajuda do professor, algumas etapas foram estabelecidas na ordem que deveriam ser realizadas, sendo cumpridas durante o desenvolvimento do projeto, com exceção da número 6, que ainda será realizado: 1) Planejamento editorial 2) Produção de conteúdo editorial 3) Produção do site 4) Fechamento e publicação de conteúdo 5) Redação do relatório final 6) Defesa do TCC.

Também foi realizado um estudo avaliativo sobre os conteúdos disponíveis em 10 diferentes sites sobre viagem: Melhores Destinos⁴, Viaje na Viagem⁵, Check the Trip⁶, Love and Road⁷, Travel and Share⁸, Nós no Mundo⁹, Esse Mundo é Nosso¹⁰, Rodei¹¹, Pé na Estrada¹² e Amanda Viaja¹³.

Com a pesquisa de pré-produção foi possível analisar que, embora alguns sites possuam uma equipe formada, alta produtividade e qualidade, a maioria dos sites não é atualizada há anos, com conteúdos e informações antigas, além de serem blogs, com conteúdo de caráter pessoal. Ainda foi possível visualizar quais informações não estavam presentes e quais são os formatos mais utilizados dentro de um website de viagem. Os conteúdos pré-existent na internet sobre o assunto foram analisados, para assim o *Giro no Mundo* poder atender e compreender melhor as necessidades de quem procura essas informações.

4.1.2 Produção das reportagens

Uma vez que o principal objetivo desse projeto foi e continua sendo informar o público sobre jornalismo de viagem e turismo, optou-se pela metodologia de execução baseada em todos os procedimentos do trabalho jornalístico, incluindo pesquisa sobre os interesses dos leitores, levantamento e seleção de pauta, apuração do conteúdo apresentado e elaborado, agendamento e efetuação de entrevistas. Além disso, foram utilizados outros recursos midiáticos, como fotografias, entrevistas em vídeos, infográficos

⁴ www.melhoresdestinos.com.br

⁵ www.viajenaviagem.com

⁶ www.checkthetrip.com

⁷ www.loveandroad.com/pt-br

⁸ www.travelandshare.com.br

⁹ www.nosnomundo.com.br

¹⁰ www.essemundoenosso.com.br

¹¹ www.rodei.com.br

¹² www.penaestrada.blog.br

¹³ www.amandaviaja.com.br

autorais e outros serviços e produções jornalísticas capazes de ajudar no desenvolvimento do tema.

Durante o mês de novembro de 2016, o planejamento editorial foi realizado, quando ocorreu a elaboração de pautas, criação e divisão das editoriais, além da determinação de recursos jornalísticos a serem utilizados. As pautas inicialmente foram escolhidas após a pesquisa dos destinos mais visitados e mais procurados, e para isso foi utilizado o Google Trends¹⁴, site pertencente à empresa Google que filtra e apresenta dados e tendências sobre qualquer tema em um determinado período de tempo a ser escolhido. Nele, é possível ver o que as pessoas estão buscando sobre determinado assunto e o que está sendo mais pesquisado nos motores de busca. Com esse auxílio, a autora avaliou no período de 2016 as pautas sobre turismo mais procuradas, informações que mais tarde seriam reafirmadas por meio de entrevistas realizadas com agências de viagem. Após o período de entrevistas (novembro/dezembro), houve um cruzamento de informações entre as que foram recebidas pelas fontes e as que foram colhidas previamente no Google Trends, para então selecionar as pautas que seriam realizadas.

Ainda em novembro e no mês todo de dezembro, ocorreu a produção de conteúdo editorial, a seleção e a procura de fontes, a realização de entrevistas, a produção de reportagens e a produção de recursos jornalísticos, como vídeos, fotografias e infográficos. Em dezembro de 2016 e janeiro de 2017, aconteceu a produção e montagem do site, estudando os aspectos relativos à arquitetura da informação e os aspectos tecnológicos mais adequados para a plataforma escolhida. Em janeiro e fevereiro de 2017, ocorreu o fechamento dos conteúdos, que foram finalizados, revisados, publicados e divulgados no site, que já está desenvolvido. Em janeiro e fevereiro, a redação do relatório final foi realizada, contendo todo o trabalho concretizado no período descrito e apresentando os resultados do projeto. Em março, acontecerá a defesa do TCC, com a apresentação o projeto concluído para a banca examinadora no dia 09/03/2017.

A respeito do interesse do internauta, cabe destacar que as demandas vindas do leitor estão na base da relação que se estabelece entre uma determinada publicação e seu público alvo.

¹⁴ <https://www.google.com.br/trends/>

Saber das necessidades do turista é o ponto inicial para estabelecer a necessária comunicação. Como todos os bens ou serviços, a viagem turística é precedida de uma necessidade específica, a qual gera um motivo para os deslocamentos e estabelece um objetivo para a viagem a se realizar (ANDERSON; LANGMEYER; 1982 apud GUERRA; GOSLING; COELHO, 2014, p. 407-408).

Para saber as demandas dos leitores, as carências e deficiências dos outros websites do ramo foram analisadas, para tentar superá-las no *Giro no Mundo*. Ainda, os entrevistados foram fundamentais para entender o que o turista procura quando viaja.

4.1.3 Redação dos conteúdos

Após a o levantamento e seleção das pautas iniciais, foram escolhidas fontes que entendessem, pesquisassem ou trabalhassem com viagem, jornalismo de viagem, turismo e outros especialistas relacionados ao assunto. Além de profissionais da área, viajantes foram entrevistados para saber suas necessidades e entender o que gostariam de ler sobre o assunto. A partir das respostas obtidas, a redação dos conteúdos e a reunião de produtos imagéticos teve início. As entrevistas presenciais da editoria Morando Fora aconteceram em datas separadas, devido à necessidade de locomoção entre as cidades.

Os entrevistados ajudaram direta e indiretamente em vários conteúdos do site, pois quando disponibilizavam as informações, a autora selecionava diferentes trechos que poderiam ser utilizados em outras ocasiões. Embora nem todas as matérias tenham citações diretas dos entrevistados, muitos conteúdos criados e disponíveis foram embasados em informações coletadas das fontes. A própria autora conhece a maioria dos lugares tratados no site, por isso usou seu conhecimento pessoal, mas sem deixa-lo interferir no fazer jornalístico e averiguando a integridade das informações. Os entrevistados foram:

- 1) Leonardo Hamamoto – turista, morou fora do país por um ano nos Estados Unidos. O contato inicial feito por celular e depois a entrevista foi feita pessoalmente;
- 2) Alexandre Camarinha – turista, morou fora do país por dois meses na Colômbia e dois meses no Chile. O contato inicial também aconteceu por celular e depois a entrevista foi feita pessoalmente;
- 3) Amanda Zeni – turista, morou fora do país por um ano nas Ilhas Canárias. O contato inicial mais uma vez foi feito por celular e depois a entrevista foi feita pessoalmente;
- 4) Catherine Paixão – turista, morou fora do país por dois meses na Romênia, por dois meses na Colômbia e seis meses nos Estados Unidos. O contato inicial também foi feito por celular e depois a entrevista foi feita pessoalmente.
- 5) Sophie Monginet – professora de francês, dona *da Braziw idiomas* e natural da França. O contato aconteceu pessoalmente e por e-mail.
- 6) Amanda Melo – jornalista que trabalha com turismo atualmente. O contato aconteceu exclusivamente online, por e-mail.
- 7) Guilherme Guimarães – guia turístico. Contato foi realizado exclusivamente online, por e-mail.
- 8) Felipe Gonçalves – Turismólogo. O contato foi feito exclusivamente online, pela rede social Facebook.
- 9) Cadum Turismo – agência de viagem. O contato aconteceu apenas por e-mail.
- 10) Experimento Intercâmbio Cultural – agência de viagens e intercâmbios. O contato aconteceu apenas por e-mail.
- 11) Thabata de Lacerda – youtuber e turista. Contato se deu apenas pela internet, por e-mail.
- 12) Ana Maio – jornalista e turista. O contato e a entrevista aconteceram pessoalmente.
- 13) Casa de Câmbio Renova. O contato aconteceu exclusivamente por telefone.

O processo de redação começou com as matérias mais complexas, da editoria Destinos, mas ao mesmo tempo a produção e edição dos vídeos eram

feitas, assim como o desenvolvimento do site. A captação dos vídeos aconteceu em quatro dias diferentes e duraram em média uma hora cada, recebendo ajuda do aluno de jornalismo Victor Dantas. Foi necessário realizar a captação de som por meio de microfone, pois o som das câmeras ficava baixo durante a edição, então foi utilizado um smartphone iPhone 6 para tal função. O roteiro com as perguntas das entrevistas foi realizado antes das gravações acontecerem, mas como os temas são diferentes, os entrevistados ficaram livres para responder ou acrescentar o que quisessem sobre o destino em que moraram. Esses entrevistados foram selecionados pelos locais em que moraram e alguns são pessoas conhecidas da autora, outros são recomendações de conhecidos. A autora fez uma publicação na rede social Facebook em novembro de 2016 pedindo que as pessoas indicassem possíveis entrevistados que já haviam morado fora do país e que quisessem compartilhar suas histórias.

4.2 Descrição do produto final

O site concebido foi realizado na plataforma Wix ¹⁵ e todo o seu design foi feito pela autora do projeto, enquanto o logo foi feito pelo aluno de jornalismo Victor Dantas. Para que o site não tivesse propagandas da plataforma e tivesse, portanto, uma aparência mais profissional, uma conta premium foi adquirida, possuindo validade de um ano. Para que o site chamasse gironomundo.com.br, um domínio foi adquirido no site Registro.com, com validade também de um ano.

O site foi dividido em: página inicial, destinos, roteiros, morando fora, dicas, sobre e contato. A página inicial possui um slideshow que passa diferentes fotografias de lugares abordados em diferentes matérias. Nas fotografias é possível visualizar o nome do lugar e uma chamada para a matéria que esta se refere. Quando o leitor clicar na fotografia, a matéria original se abre em outra aba da internet, sem fechar a página inicial. Além disso, abaixo do slideshow, existem dois boxes de conteúdos que podem ser clicados, com roteiros e dicas que serão variados com o tempo. Destinos,

¹⁵ <http://pt.wix.com/>

roteiros, morando fora e dicas são as quatro editorias de conteúdo do site, abordando o tema de formas diferentes.

Os conteúdos contêm fotografias próprias, de colaboradores (que foram devidamente creditados), de uso comum dos websites Creative Commons (cc, 2.0) Wikimedia Commons, Pixabay, Public domain e reproduções de conteúdos publicados.

Em Destinos, foram realizadas matérias sobre seis cidades de diferentes países. A seleção das locais aconteceu após entrevista com as agências de viagem Cadum Turismo¹⁶, Experimento Intercâmbio Cultural¹⁷ e o turismólogo Felipe Golçalves, funcionário da Teresa Perez Tour¹⁸. Em entrevista, uma das questões apresentadas a todos, foi sobre os dados das viagens mais procuradas e realizadas, no Brasil e no mundo, e quais destinos estavam em declínio, de modo geral.

Após a coleta desses dados e os cruzamentos dessas informações com as previamente coletadas no Google Trends, os destinos 1) Bonito – Mato Grosso do Sul, Brasil, 2) Cartagena das Índias – Colômbia, 3) Orlando – Estados Unidos, 4) Paris – França, 5) Florença – Itália e 6) Londres – Reino Unido, foram os destinos com procuras em ascensão, portanto os selecionados para serem os primeiros conteúdos dessa editoria. As reportagens e matérias possuem um padrão de informação, apresentando os mesmos tópicos que são respondidos de formas diferentes, variando de acordo com o local.

No começo de cada matéria um resumo sobre a cidade é apresentado, seguido por informações como “o que fazer”, que traz os principais pontos turísticos e de interesse do local, tanto para o dia quanto para a vida noturna e seus endereços; “onde ficar”, explicando as melhores localizações para se hospedar e algumas opções de hospedagem; “restaurantes”, com lugares para diferentes refeições e seus endereços. Outros tópicos apresentados são “quando ir e quanto tempo ficar”, no qual são explicados os melhores meses e datas para visitas, assim como qual a média de dias necessários para conhecer bem o lugar; “como ir e transportes na cidade”, mostrando opções de transporte

¹⁶ www.cadumturismo.com.br

¹⁷ <http://www.experimento.org.br/>

¹⁸ <http://www.teresaperez.com.br/>

até o local, além de métodos para transitar dentro da cidade; “moeda”, seção na qual que é explicada qual a moeda utilizada no lugar (caso seja fora do Brasil) e uma conversão do real para a moeda, atualizada em janeiro de 2017. A casa de câmbio Renova, localizada no Bauru Shopping, fez as conversões, por telefone, presentes nos textos. “Idioma” é o tópico que apresenta a língua falada na cidade e “documentos” apresenta quais deles são utilizados para adentrar a cidade e o país.

Hiperlinks são dispostos nas matérias para aprofundar assuntos e as fotografias não servem apenas para ilustrar, mas também para compor as formas de informação da reportagem.

Na segunda editoria, Roteiros, foram criados planos de viagens para os mesmos lugares presentes em Destinos, totalizando seis, complementando-os. Separados por dias, os roteiros trazem o que fazer em determinado local, considerando um determinado período de tempo. Eles são apenas sugestões para o turista, que pode alterar conforme a necessidade e a vontade (informação apresentada ao leitor no começo do texto do roteiro). As escolhas das diferentes durações dos roteiros foram feitas com a ajuda das agências previamente citadas e com entrevistados que já visitaram o local. Os passeios selecionados para serem realizados nos roteiros foram escolhidos de acordo com as atrações turísticas mais visitadas e mais famosas, usando como fonte as agências novamente.

A terceira editoria, Morando fora, é composta por quatro entrevistas com brasileiros que já moraram em outros países, suas expectativas, experiências e impressões acerca do local habitado. As entrevistas foram colocadas no próprio canal do site no YouTube¹⁹ e o tempo de duração entre 2 e 4 minutos foi pensado para o público do Facebook, que prefere assistir a vídeos curtos. Filmados na casa dos entrevistados, em três diferentes cidades (Ribeirão Preto/SP, Marília/SP e Bauru/SP), foram usados dois tripés, dois smartphones iPhone 6 e a câmera profissional Nikon D5200 (que substituiu um dos smartphones), adquirida para as gravações e eventualmente para a produção de imagens a serem utilizadas no site. A roteirização foi feita pela autora do site e a edição dos vídeos foi feita pelo colaborador Victor Dantas, no programa Premiere Pro da Adobe.

¹⁹ www.youtube.com/gironomundo

A última editoria, Dicas, possui conteúdos de serviço para os leitores, divididos em quatro matérias: passo-a-passo para realizar uma viagem; como usar cartão pré-pago no exterior; checklist: não esqueça nada na hora de viajar; e 20 dias de como arrumar a mala.

Além das quatro editorias de conteúdo e da página inicial, a seção Sobre explica qual é a finalidade do site, quem é a autora e quem são os colaboradores do projeto. A última seção é Contato, feita para qualquer pessoa ser capaz de estabelecer um canal de comunicação direto com a proprietária do site.

Ao final de cada matéria, o leitor pode comentar usando o Facebook e tags são utilizadas para facilitar a navegação. Nas matérias das editorias Destinos e Roteiros existe uma ligação por hiperlinks entre elas, por tratarem dos mesmos lugares. Um exemplo: o destino sobre Paris faz referência ao roteiro de Paris e vice-versa.

O design do site e as cores utilizadas foram baseados em um estilo mais limpo (“clean”), para que as fotos e conteúdos ganhem a atenção. O logo do site, um globo terrestre com a frente centralizando o Brasil, complementa o nome do site.

Atualmente existem inúmeros portais na internet que falam sobre turismo sem o aprofundamento de um trabalho jornalístico. Portanto, a proposta foi produzir, a partir da utilização e consideração de todos esses critérios, conteúdos originais que pudessem ser um diferencial na área de jornalismo de viagem, investigando o assunto e indo além das informações gerais comumente apresentadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção do site e de seus conteúdos, objetivo geral do projeto, foi alcançada com sucesso. O planejamento, o cronograma e os objetivos específicos foram cumpridos com exatidão, assim como as adversidades foram resolvidas e lidadas com paciência e estudo. Todos os conteúdos, assim como o web design e a identidade gráfica do site, foram desenvolvidos pela autora, que procurou zelar pela unidade e originalidade do produto.

A responsabilidade de tratar dos assuntos de forma original, aprofundada, aplicando os conceitos jornalísticos (como apuração das informações e a verificação de fontes adequadas) e se distanciando dos blogs pessoais sobre turismo encontrados, foi uma meta considerada atingida com o resultado final do produto.

A produção dos conteúdos exigiu uma imersão na área do jornalismo especializado e na área de turismo, e o uso das fontes facilitou a compreensão das necessidades e carências dos viajantes.

As dificuldades do projeto envolveram diferentes aspectos da produção, como a criação e montagem de um site sem qualquer ajuda profissional ou estudo especializado sobre web design. Apesar de possuir uma conta premium, a plataforma Wix em si não possui algumas configurações avançadas de edição, complicando o trabalho.

Outra dificuldade foi o fato de a autora ter assumido para si todo o trabalho (exceto a edição de imagem), pois o tempo se tornou um desafio na hora de programar entrevistas, escrever conteúdos, decupar vídeos e desenvolver o site. A escolha de não querer designers, programadores e redatores foi para que o site no fim fosse um projeto integralmente da autora, e também para evitar outros gastos.

Foram contatadas, no início do projeto, duas redatoras para escrever sobre dois roteiros específicos (loais em que elas haviam feito intercâmbio), e essas se comprometeram a ajudar, mas eventualmente disseram que não seria possível realizar as matérias. Essa adversidade foi prevista pela autora, portanto, não houve prejuízo.

Outra dificuldade apresentada foi a edição de um dos vídeos, pois o uso de diferentes modelos de câmeras (iPhone 6 e Nikon D5200) acarretou em divergências de cores e iluminação, que tiveram que ser consertadas manualmente na edição (realizado no software de edição Premiere Pro), demandando inclusive a edição de quadro por quadro do vídeo.

Para a realização deste projeto, o aluno de jornalismo Victor Dantas colaborou com a edição e produção de imagens, criação do logo do site e da vinheta dos vídeos. A youtuber Thabata de Lacerda contribuiu com alguns vídeos sobre suas viagens para divulgação no Giro no Mundo, em parceria na

qual ela se comprometeu a divulgar o site e o canal do YouTube deste projeto. A jornalista Ana Maio ajudou com a contribuição de imagens de viagens.

Ao fim deste projeto e à superação dos obstáculos, a reflexão sobre como esses anos de graduação trouxeram a autora até aqui foi inevitável. Os quatros anos do curso de Jornalismo fizeram com que o papel de ser jornalista neste projeto fosse executado de forma plena, e após todas as etapas realizadas, conteúdos produzidos e entrevistas concluídas, apesar de querer ser uma fonte de informação através do Giro no Mundo, a autora aprendeu mais do que nunca – e na prática –, sobre o valor e a importância da comunicação e da informação passada corretamente. É papel do jornalista saber como transpor barreiras, estabelecer comunicação, compreender as necessidades dos leitores e também entender os seus desejos.

Por fim, a experiência de produzir este projeto foi muito positiva e animadora, já que a autora pretende se profissionalizar na área e continuar trabalhando no site. Considerando os estudos realizados, o aprofundamento ainda maior sobre a temática, seu processo de execução e também suas dificuldades, é possível dizer que o interesse apenas cresceu e todas as suas etapas foram um extenso e notável aprendizado.

No geral, a autora é extremamente grata pela oportunidade, pela confiança que lhe foi dada e pela chance de realizar não apenas um trabalho que trouxe satisfação e orgulho, mas um projeto que, por poder ser levado adiante, poderá trazer também a tão sonhada realização profissional.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. Curadoria de informação e conteúdo na web: uma abordagem cultural. In: CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: ECA - USP, 2012, p. 41-50. Disponível em: <https://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp>. Acesso em: 20 jan. 2017.

CORRÊA, E. N. S. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos. **Organicom**, São Paulo, a. 2, n. 3, p. 96-111, 2005. Disponível em: <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/download/42/175>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

FALCO, L. E. Apesar da crise, brasileiros continuam viajando; veja dicas para economizar. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, set. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2015/09/1682368-apesar-da-crise-brasileiros-continuam-viajando-veja-dicas-para-economizar.shtml>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

FERREIRA, P. P. **Terminologias do turismo**. Instrumentos para a formação especializada em língua portuguesa. Roma: Nuova Cultura, 2013.

GUERRA, A. C.; GOSLING, M.; COELHO, M. F. Redes Sociais: um jornal on-line como fonte de informação especializada em turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, ed. 8, v. 3, pp. 403-418, set-dez 2014. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/800/649>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: ALEPH, 2014.

KAMAURA, W.; MAZZON J.; **Estratificação Socioeconômica e Consumo no Brasil**. São Paulo: EDGARD BLUCHER, 2013.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=7L29Np0d2YcC&pg=PA17&lpg=PA17&dq=#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 20 jan. 2017

MARQUES DE MELO, J.; DE ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.39, n.1, p. 39-56, jan-abr. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

PINTO, M. A. A. **A influência das redes sociais na percepção e escolha de um destino turístico na geração Y**. 2016. 80 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Europeia – Laureate International Universities, Lisboa. 15 de junho de 2016. Disponível

em:

<<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/14352/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20M-MD%20-%20A%20influ%C3%Aancia%20das%20redes%20sociais%20na%20escolha%20de%20um%20destino%20turistico%20-%20Miguel%20Pinto%2050027717.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2017

RODRIGUES, M. C. Para onde foi o “jornalismo turístico”? In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 6., 2008, Niterói. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Para%20onde%20foi%20o%20201cjornalismo%20turistico201d.pdf>>. Acesso: 20 jan. 2017.

VICENTIN, I. C.; HOPPEN, N. A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectivas. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, ed. 31, v. 9, n. 1, jan-fev 2003. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/19609/000352554.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

APÊNDICES

1 Planilha de pautas simplificadas

PAUTAS	EDITORIA	TEMA	ABORDAGEM	FONTES
Pauta 1	Destino	Bonito- Brasil	Apresentar a cidade / Responder todos os tópicos decididos / Usar imagens / Explicar como funciona o turismo específico da cidade	Agências de viagem específicas para Bonito ou atuantes na cidade e viajantes. Procurar viajantes e fontes documentais
Pauta 2	Destino	Cartagena-Colômbia	Apresentar a cidade / Responder todos os tópicos decididos / Usar imagens / Explicar sobre as praias de Cartagena e as praias do caribe	Agências de viagem e viajantes, ex: Ana Maio. Procurar fontes documentais
Pauta 3	Destino	Orlando-EUA	Apresentar a cidade / Responder todos os tópicos decididos / Usar imagens / Mostrar além dos parques mais conhecidos	Agências de viagem e viajantes, ex: Rafaela e Izabella. Procurar fontes documentais
Pauta 4	Destino	Paris-França	Apresentar a cidade / Responder todos os tópicos decididos / Usar imagens / Explicar sobre particularidades de hospedagem	Agências de viagem, viajantes e nativos, ex: Sophie Monginet. Procurar fontes documentais

PAUTAS	EDITORIA	TEMA	ABORDAGEM	FONTES
Pauta 5	Destino	Florença-Itália	Apresentar a cidade / Responder todos os tópicos decididos / Usar imagens / Apresentar um pouco sobre a cultura e a Renascença	Agências de viagem e viajantes, ex: Victor Dantas e outros viajantes. Procurar fontes documentais
Pauta 6	Destino	Londres-Reino Unido	Apresentar a cidade, responder todos os tópicos decididos e usar imagens / Explorar o fato de ter sido o destino mais visitado no ano novo (2016 para 2017)	Agências de viagem e viajantes, ex: Thabata de Lacerda. Procurar fontes documentais
Pauta 7	Roteiros	Bonito-Brasil	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Mostrar os diferentes tipos de atrações (aventura, em família, mergulhos e etc.)	Agências de viagem específicas para Bonito ou atuantes na cidade e viajantes. Procurar fontes documentais
Pauta 8	Roteiros	Cartagena-Colômbia	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Explicar as atrações que ficam na Cidade Amuralhada e quais ficam em Bocagrande	Agências de viagem e viajantes, ex: Catherine Paixão. Encontrar fontes documentais

PAUTAS	EDITORIA	TEMA	ABORDAGEM	FONTES
Pauta 9	Roteiros	Orlando-EUA	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Colocar opções além dos parques, como outlets	Agências de viagem e viajantes, ex: Rafaela e Izabella. Encontrar fontes documentais
Pauta 10	Roteiros	Paris-França	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Mostrar atrações que ficam dentro de outras, ex: Notre Dame	Agências de viagem, viajantes e nativos, ex: Sophie Monginet. Encontrar fontes documentais
Pauta 11	Roteiros	Florença-Itália	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Mostrar pontos de interesse históricos Ex: casa de Dante	Agências de viagem e viajantes, ex: Victor Dantas. Pesquisar fontes documentais

PAUTAS	EDITORIA	TEMA	ABORDAGEM	FONTES
Pauta 12	Roteiros	Londres-Reino Unido	Procurar os lugares mais visitados e as atrações de maior interesse para montar o roteiro / Separar por dia as atrações* / Colocar atrações próximas no mesmo dia	Agências de viagem e viajantes, ex: Thabata de Lacerda. Pesquisar fontes documentais
Pauta 13	Dicas	Passo-a-passo	Montar um passo-a-passo para se organizar e planejar uma viagem	Agência Cadum Turismo
Pauta 14	Dicas	Cartão pré-pago	Explicar o uso do cartão pré-pago internacional	Sites que oferecem esses cartões
Pauta 15	Dicas	Checklist: não esqueça nada	Fazer um checklist para organizar as malas	A própria autora
Pauta 16	Dicas	Dicas para arrumar mala	Selecionar algumas dicas práticas para organizar a mala	A própria autora

* Os dias e horários de funcionamento precisam ser levados em consideração na hora da seleção e montagem dos passeios nos roteiros, assim como a distância.

2 Roteiro de entrevistas simplificado

	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4
Editoria	Morando fora	Morando fora	Morando fora	Morando fora
Entrevistado	Leonardo H.	Alexandre C.	Amanda Z.	Catherine P.
Data e local	10/dez/2016 Casa do entrevistado/ Marília-SP	26/dez/2016 Casa da autora/ Ribeirão Preto-SP	04/jan/2017 Casa da entrevistada/ Marília-SP	23/jan/2017 Casa da entrevistada/ Bauru-SP
Tema	Ohio/EUA	Ibagué/ Colômbia	Ilhas Canárias/ Espanha	Romênia
Abordagem	Experiências vividas nos intercâmbios/ Conselhos para viajantes sobre o local específico e sobre informações gerais	Experiências vividas nos intercâmbios e conselhos para viajantes sobre o local específico e sobre informações gerais	Experiências vividas nos intercâmbios e conselhos para viajantes sobre o local específico e sobre informações gerais	Experiências vividas nos intercâmbios e conselhos para viajantes sobre o local específico e sobre informações gerais
Perguntas	- Nome, Idade, profissão. - Onde morou fora e por quanto tempo? - O que foi fazer lá? - Por que escolheu este lugar? - As pessoas recebem bem brasileiros? - O que mais gostou e o	- Nome, Idade, profissão. - Onde morou fora e por quanto tempo? - O que foi fazer lá? - Por que escolheu este lugar? - As pessoas recebem bem brasileiros? - O que mais gostou e o	- Nome, Idade, profissão. - Onde morou fora e por quanto tempo? - O que foi fazer lá? - Por que escolheu este lugar? - As pessoas recebem bem brasileiros? - O que mais gostou e o	- Nome, Idade, profissão. - Onde morou fora e por quanto tempo? - O que foi fazer lá? - Por que escolheu este lugar? - As pessoas recebem bem brasileiros? - O que mais gostou e o

	que menos gostou da sua experiência? - Quais suas impressões do local? - Tem alguma dica para alguém que gostaria de morar ou visitar este lugar?	que menos gostou da sua experiência? - Quais suas impressões do local? - Tem alguma dica para alguém que gostaria de morar ou visitar este lugar?	que menos gostou da sua experiência? - Quais suas impressões do local? - Tem alguma dica para alguém que gostaria de morar ou visitar este lugar?	que menos gostou da sua experiência? - Quais suas impressões do local? - Tem alguma dica para alguém que gostaria de morar ou visitar este lugar?
Equipamento	iPhone 6 (filmagem), iPhone 6 (filmagem), iPhone 6s (áudio), dois tripés e roteiro de perguntas	iPhone 6 (filmagem), iPhone 6 (filmagem) Moto G (áudio), dois tripés e roteiro de perguntas	Nikon D5200, iPhone 6 (filmagem), iPhone 6 (áudio), dois tripés e roteiro de perguntas	Nikon D5200, iPhone 6 (filmagem), iPhone 6 (áudio), dois tripés e roteiro de perguntas