

## Jornal do Turista<sup>1</sup>

Ana Karen da Silva Sales TAVARES<sup>2</sup>  
George Severo Oliveira Dantas JUNIOR<sup>3</sup>  
Pâmela Eurídice Beleza BALTAZAR<sup>4</sup>  
Antônio Heriberto Catalão JUNIOR<sup>5</sup>  
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### RESUMO

O presente artigo tem como objetivo apresentar um modelo inovador de jornalismo turístico-cultural na Amazônia, através do tabloide bilíngue *Jornal do Turista*. Sua proposta editorial inova ao ofertar informações para o público que visita o Amazonas, tornando-se um meio imediato de conhecer a região, explorando em suas dez páginas diferentes enfoques regionais no sentido de permitir aos leitores uma compreensão ampliada da região Amazônica.

**PALAVRAS-CHAVE:** turismo; jornal impresso; Amazônia; cultura; bilíngue.

### 1 INTRODUÇÃO

O *Jornal do Turista* foi desenvolvido a partir da proposta de um jornal laboratório no âmbito da disciplina *Planejamento Visual, Editoração Eletrônica e Web Design*, ministrada no 1º Período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). A proposta procura possibilitar o contato do estudante de jornalismo com a prática da profissão ainda dentro da universidade, aplicando os conhecimentos adquiridos em sala de aula, a experimentação de diversas áreas da produção de um jornal impresso dentro da temática em questão e, como consequência, a conquista de novos saberes no tocante a profissão. Tem-se um produto gráfico com proposta **experimental e inovadora** de focar sua linha gráfico-editorial para pessoas que querem conhecer a Amazônia.

O jornal surge com a visão de esquivar-se dos padrões rígidos e fechados que muitas vezes envolvem a prática do jornalismo, e tenta utilizar não somente os caminhos já

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornal-Laboratório Impresso.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: [anakarensalles@gmail.com](mailto:anakarensalles@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: [georgedantasjr@gmail.com](mailto:georgedantasjr@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: [pan.euridice@gmail.com](mailto:pan.euridice@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFAM, email: [catalaojor@gmail.com](mailto:catalaojor@gmail.com).

conhecidos, mas vincular caminhos diversos por meio do exercício da criatividade e principalmente da liberdade de produção jornalística. De acordo com Dias:

O jornalismo não deve ser exercido por meros cumpridores de pautas, por profissionais silenciados pela rotina produtiva. Este é um espaço para debates, tensões que refletem os interesses em jogo e que espelham, inclusive, o esforço individual e coletivo de servir à sociedade. Então, o jornal-laboratório se constitui em um dos espaços em que buscamos nossa autonomia (DIAS, 2010, p.74)

Neste sentido, o jornal-laboratório *Jornal do Turista* procura envolver os acadêmicos no processo de produção jornalística enquanto agentes recursivos do mesmo processo. A ação se consolida desde a concepção do jornal e elaboração das pautas, passando pelo seu cumprimento, edição e finalização, até o *feedback* necessário.

Lopes (1989) descreve que a vivência no jornal-laboratório constitui uma ferramenta de alta importância para o futuro profissional. Conduzindo não apenas o processo de produção da notícia, mas também permitindo a experimentação de novas linguagens. Este é o momento em que há oportunidade de inovar e praticar um jornalismo mais livre. No mercado, geralmente antagônico a modelos não habituais e ortodoxo em seus padrões, essa possibilidade se reduz:

O órgão laboratorial é um instrumento de reprodução da prática jornalística vigente ou um veículo para a criação de alternativas em relação ao que existe na sociedade? As duas opções são fundamentais: reproduzir a realidade, criar inovações. É importante manter as duas formas combinando-as, intercalando-as e integrando-as. Nos próprios exercícios didáticos que se realizam nos laboratórios, é possível contrabalançar a reprodução dos padrões jornalísticos dominantes com a criação de novos modelos que possam constituir alternativas viáveis. (LOPES, 1989, p. 34)

Analisar as conjunturas sociais e informar ao seu público é o que delinea a produção jornalística, portanto ao formular o jornal, todo seu projeto e sua linguagem devem ser diretamente voltados para suprir as necessidades de quem às consumirá, sem fugir da diretriz de sua criação, com relação a produzir para o público Daniel Piza destaca:

Cada publicação da imprensa tem um público-alvo e deve se concentrar em falar com ele, sem abrir mão de tentar contribuir com sua formação, com a melhora do seu repertório. Não se deve imaginar por exemplo que um jornal diário, com suas responsabilidades sociais e institucionais, vá do dia para a noite falar com a chamada grande massa, bastando alguns recursos de didatismo e brevidade. (PIZA, 2004, p.47)

Composto com os recursos de diagramação usados no jornalismo impresso, como cabeça, manchete, chapéu, intertítulo, entre outros, o *Jornal do Turista* apresenta um conteúdo coerente e um layout simples e de agradável leitura.

Acredita-se que o presente jornal laboratório contribui socialmente e culturalmente por servir como uma ferramenta de comunicação e resgate cultural da sociedade amazonense. Delineia uma proposta inovadora na Universidade Federal do Amazonas de exposição de conteúdo turístico-cultural, uma iniciativa que, sob o caráter extensionista, busca o diálogo com a comunidade extramuros.

## 2 OBJETIVO

O desenvolvimento do *Jornal do Turista* teve como objetivo ser um exercício completo da vivência de um jornal mensal, passando, assim, por todas as etapas constituintes desse processo. A ideia foi unir teoria e prática, planejamento e execução para compreender os desafios do surgimento de um novo veículo de comunicação segmentado e do jornalismo.

Quanto às técnicas visuais o propósito é atrair o leitor, facilitar a compreensão do texto e oferecer uma leitura agradável. A limpeza visual é a principal característica desse trabalho. Todos os recursos utilizados como as cores, a disposição dos textos e imagens, e toda a diagramação trabalhada no jornal, têm o intuito de organizar as informações e criar uma identidade visual do *Jornal do Turista*.

Dessa forma, O jornal-laboratório procura oferecer um veículo de comunicação impressa cujos projetos editorial e gráfico são voltados para os interesses informativos do público que visita o estado do Amazonas, em especial, os turistas estrangeiros.

Portanto, o presente jornal serve não somente como banco de informações turísticas a serviço do leitor, é também meio de utilidade pública, visto que sua aplicação visa alcançar o público estrangeiro através da disponibilização de todo o conteúdo do jornal também em inglês.

## 3 JUSTIFICATIVA

A Amazônia possui uma superfície de 3,6 milhões de quilômetros quadrados, 1/3 de reservas de florestas tropicais úmidas e 1/5 da disponibilidade mundial de água doce. Neste ambiente, tanto nas capitais e interiores, faz sempre calor, amenizando durante a noite e ao amanhecer, por conta da umidade que se acumula. BATISTA (2007) descreve esse clima como um verão interminável.

Por conta disso e outros agravantes, Manaus recebeu uma pressão grande ao ser escolhida como uma das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014. Surpreendendo a todos, inclusive a própria FIFA, Federação Internacional de Futebol, a capital amazonense foi eleita a cidade-sede com melhor desempenho nos primeiros jogos da Copa do Mundo no

Brasil, o que em 2016 garantiu seu espaço na recepção dos Jogos Olímpicos de Verão Rio 2016.

Tal desempenho, consequência da hospitalidade, atendimento aos turistas e um cenário repleto de belezas naturais, apresenta reflexos positivos para o turismo do Estado, que vê na região metropolitana manauara uma opção de lazer semanal mesmo entre os habitantes da região.

Todos os fatores que permitem a expansão do turismo na Amazônia estão interligados a identidade que se constrói na Amazônia. Ao falar desta temática, Augé destaca:

Uma vez que o dispositivo espacial é ao mesmo tempo aquilo que exprime a identidade do grupo (as origens do grupo são com frequência diversas, mas é a identidade do lugar que o funda, o reúne e o une) e aquilo que o grupo deve defender contra as ameaças externas e internas para que a linguagem da identidade conserve em sentido. (AUGÉ, 2005, p. 41)

Dessa forma, o *Jornal do Turista* procura criar um vínculo entre o visitante e o local, tornando o que BHABHA (1998) delinea por local de cultura, elencando que a cultura constrói continuamente um trabalho fronteiro que tem por norte realizar uma tradução cultural entre o indivíduo e o local em que se encontra. PIZA (2004) reafirma as palavras de Bhabha, ao declarar que a cultura está em tudo.

A relevância deste projeto deve-se a existência mínima de veículos destinados a propagação da cultura e identidade da Amazônia, a escassa presença de produções desta temática no país e ao desejo de preencher essa lacuna. Nas palavras de Batista, “a região é conhecida apenas como aos fragmentos, devendo constituir, algum dia, com o descobrimento de todos os seus segredos” (2007, p.379).

A linha editorial do *Jornal do Turista* tem **caráter inovador e experimental** porque foi pensada no sentido de ocupar esse vácuo informativo disseminando informações sobre a cultura na região metropolitana de Manaus.

Embora seja um periódico voltado para o público visitante em geral, a temática abordada pelo projeto editorial não se limita a este meio, por tratar-se de cultura que é global. PIZA expõe que, “toda publicação, portanto, tem um recorte a propor para seu leitor – não só recorte da agenda de eventos culturais, mas também o de um conjunto de olhares sobre as tendências do momento em relação ao passado, seus ganhos e perdas” (2004, p.45), assim pode-se notar a importância de apresentar a produção histórico-cultural em diversos âmbitos expositivos.

O *Jornal do Turista* apresenta-se como um meio de utilidade pública ao adequar-se a linguagem do turista, otimizando o período que permanecerão no Estado e até mesmo seus moradores, que planejam aventurar-se nas opções que a região lhe oferece. Além disso, aborda quesitos histórico-culturais, que ampliam o conhecimento acerca da vivência na Amazônia, tanto para os de fora quanto aos que residem nela.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Compreendendo a importância da base teórica para a elaboração de um produto gráfico, foram aplicados nesse trabalho conceitos de Gavin Ambrose e Antônio Celso Collaro. Ambos são conhecidos por suas obras esclarecedoras nas áreas de design, layout e produção gráfica. Estes foram os principais teóricos pesquisados.

Utilizou-se o encaminhamento de Silva (1985) quanto à necessidade de se estabelecer uma linha gráfico-editorial para os produtos jornalísticos impressos. O discurso gráfico tem como objetivo ordenar a percepção dos leitores e dar-lhes ‘fio da leitura’:

O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso ele possui uma qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então há pelo menos duas leituras: uma gráfica e outra textual. (PRADO apud COLLARO, 1996, p.34)

Já o discurso editorial ou a linha editorial constitui-se como a política predeterminada pela direção do veículo de comunicação ou pela diretoria da empresa que determina a lógica pela qual a empresa jornalística enxerga o mundo (SILVA, 1985). Ela indica também seus valores, aponta seus paradigmas e influencia decisivamente na construção de sua mensagem. A linha editorial do *Jornal do Turista* orientou o modo como cada texto foi redigido, definiu quais termos puderam ou não ser usados, quais deveriam ser usados, e qual a hierarquia que cada tema teve na edição final.

Ela foi definida tendo como referência o que afirma Erbolato (1991) sobre o fato dos meios eletrônicos terem obrigado os veículos impressos a dar aos leitores o complemento do que foi ouvido no rádio, visto na TV e lido na internet por meio de conteúdos jornalísticos interpretativos e analíticos. Logo, ao invés de tratar do factual o *Jornal do Turista* se volta para fatos de interesse do público-alvo. Como afirmam Leandro e Medina:

O jornalismo interpretativo é realmente o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele – não a atitude de valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz no jornalismo opinativo. (LEANDRO & MEDINA, 1973, p.16)

A origem dos temas abordados foi o aumento na taxa de turismo no Amazonas e as poucas opções informativas que se possui. Seguiu-se a orientação de Leandro e Medina (1973) para dar corpo a uma cobertura interpretativa, utilizando três direções: articular o fato nuclear, outros fatos que o situam no presente e num espaço conjuntural; a valorização do humano no fato jornalístico, no sentido de fazer com que a reportagem faça o público viver a história como ele próprio fosse um protagonista; uma aproximação da informação jornalística com a informação científica. Em resumo, o *Jornal do Turista* busca o aprofundamento, os antecedentes (temporais, espaciais e do fato), contextualização e humanização.

Sobre a definição do projeto gráfico, partiu-se do princípio de que ele possui uma linguagem específica e uma rede de significações (CRAIG, 1987). Para que conteúdo e forma caminhem juntos, com objetivo de a peça final traduzir exatamente a consciência do seu valor informacional e estético, é necessário levar em consideração as seguintes questões no ato da diagramação (COLLARO, 2007): as ideias que as palavras deveriam representar, os elementos gráficos a serem usados, a importância relativa das ideias e dos elementos gráfico e a ordem de apresentação.

Para dar respostas a estes questionamentos elencou-se o tipo de mensagem veiculada (conteúdo jornalístico), os consumidores da mensagem e o grau de interesse que a mensagem pretendia proporcionar (estratégias editoriais para chamar a atenção do público).

O ponto de partida para confecção do projeto gráfico deu-se com o planejamento. Nesta fase, como afirma Collaro (1996), é necessário fazer e responder a algumas perguntas: Quem é o público alvo? Qual a mensagem que se quer passar? Qual o formato: O que se viu nos concorrentes? Qual a ligação com outras publicações? As respostas foram: o público alvo é turista e moradores da região em busca de conhecer a própria localidade; a mensagem é a de um jornalismo interpretativo capaz de dar elementos aos leitores para formar opinião acerca dos temas tratados, o formato o tabloide.

Como dito antes, o padrão gráfico dos produtos impressos deve ter, antes de tudo, um fundamento filosófico, que será aliado a uma estrutura gráfico-editorial. Esta padronização representará para o leitor a imagem do jornal, com embalagem e conteúdos eficientes (WILLIANS, 1995). No caso do *Jornal do Turista*, a definição de nome e demais escolhas gráficas (cores, ilustrações e demais elementos) procurou oferecer uma proposta de dar a publicação um caráter regional e acolhedor ao público-alvo.

O produto é composto de páginas tamanho A3 dobradas ao meio e dispõe de dez páginas. A disposição dos elementos foi baseada no livro Layout – design básico no que diz respeito ao design, a estética e aos elementos contidos na página. Quanto à definição para layout, Ambrose diz que:

...está relacionado com a disposição de elementos de texto e imagem em um design. A maneira como esses elementos são posicionados, tanto em relação ao outro quanto no projeto como um todo, afetará sua reação emocional ao design. O layout pode ajudar ou impedir a recepção das informações apresentadas em um projeto. (AMBROSE, 2009, p.6)

Ao analisar esses cuidados quanto ao posicionamento dos elementos na página, procurou-se proporcionar ao leitor espaços livres evitando uma poluição visual. Para isso trabalhou-se com o fundo branco, uma determinada distância entre os elementos e uma padronização de recursos gráficos para descomplicar a leitura do turista quanto ao que é a cabeça do jornal, onde está o crédito da foto ou o nome do repórter.

Essa distância entre os elementos usada para um aproveitamento organizado da página é resultado de um grid produzido para o jornal. De acordo com Ambrose, grid é:

...um meio de dispor e relacionar os elementos de um design a fim de facilitar e auxiliar a tomada de decisões. O uso de um grid resulta em uma abordagem com maior reflexão e propicia maior precisão na disposição dos elementos na página, tanto em termos de medidas físicas como de proporção dos espaços. (AMBROSE, p.53, 2009)

A posição das ferramentas de identificação jornalística como crédito do fotógrafo, nome do repórter, título e subtítulo, também fazem parte do grid e tem seu tamanho, fonte e lugar definidos. O grid simétrico aplicado ao trabalho dispõe de margens nas bordas, espaços padronizados entre um texto e outro e entre texto e imagem. Os espaços não são aleatórios e nem sem motivo. Segundo Ambrose:

A intensidade da organização e a quantidade de espaço livre em volta dos elementos de texto e imagem são considerações cruciais do design. Muitos designers sentem-se compelidos a preencher esse espaço em vez de utilizá-los como um recurso gráfico. Uma disposição compactada dos elementos pode dar ao design um ritmo mais frenético, já a inclusão de espaços em branco pode produzir maior tranquilidade. (AMBROSE, 2009, p.67)

Todos os recursos técnicos de jornalismo para fazer a informação ser assimilada pelo leitor de forma rápida e compreensiva foram utilizadas nesse jornal. Essas facilidades na leitura estão devidamente destacadas e posicionadas. São elas: a cabeça de cada editoria, a manchete, o nome do autor da matéria, os créditos das fotos, o número da página e a



identidade visual do jornal presente em todas as páginas. O *Jornal do Turista* apresenta na capa uma logomarca simples e regional, que representa uma planta aquática famosa e típica da região amazônica, a vitória-régia, no sentido de aproximar e ambientar o turista.

Segundo Collaro (2007), essas identificações como a numeração, o título corrente, o logo, a seção, os ícones que identificam as seções merecem um tratamento especial, pois são responsáveis diretas pelo sucesso da publicação.

Para *feedbacks* e aproximação com o público-alvo, a última página do *Jornal do Turista* possui os endereços *online* do tabloide nas mais populares redes sociais e telefone para contato.

Essas ferramentas do jornalismo aplicadas ao jornal não seriam válidas ao nosso objetivo de atrair o leitor e disponibilizar as informações de forma prática e concisa se não fosse somado a elas o projeto gráfico desenvolvido. Afinal a disposição dos elementos na página precisa estar coerente. Segundo Ambrose, o objetivo do layout é:

Apresentar os elementos visuais e textuais que precisam ser transmitidos de uma forma que o leitor os receba com o mínimo de esforço. Com um bom layout, um leitor pode navegar por informações complexas, tanto na mídia impressa como na eletrônica. (AMBROSE, 2009, p.11)

De acordo com Ambrose (2009), “não há regras de ouro na criação de layouts, a não ser uma: o conteúdo vem primeiro”, evitou-se preencher todo o espaço disponível na página com imagens, matérias e mistura de informações. Desta forma, a atenção do leitor volta-se para o que é mais importante: o texto.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *Jornal do Turista* caracteriza-se no certame de jornal laboratório avulso e tem sua periodicidade mensal. Seu formato foi projetado para ser um jornal impresso tabloide (cada página mede aproximadamente 33x28cm), por entender-se que este melhor se adequa e há facilidade no transporte e manuseio. Composto por dez páginas e cinco editorias, com cores respectivas para criar uma identidade daquela editoria ao leitor e situá-lo durante a leitura. Cada editoria possui conteúdo bilíngue – português e inglês.

O software utilizado para o desenvolvimento do projeto do jornal foi o programa de diagramação Microsoft Office Publisher, que possibilita a criação de ilustração vetorial e layout de página.

A zona óptica definida por Antônio Celso Collaro (2009) foi levada em consideração na disposição dos elementos buscando ressaltar o conteúdo ao invés das fotos. Para isso nas



zonas de maior alcance, dispomos os textos e as manchetes. E nas zonas menos visadas estão as fotos, visto que as imagens por si só chamam atenção do leitor. Por vezes, alteramos a disposição das manchetes e do texto traduzido para inglês, para que o produto não se torne esteticamente cansativo ao leitor.

Criou-se um quadro de localização para situar o turista acerca dos locais citados nas matérias. Para identificá-lo, utilizou-se o símbolo do GPS (Global Positioning System), constantemente manuseado em smartphones com a finalidade de fornecer informações sobre localização.

Para a produção das matérias do tabloide, decidiu-se que todos os membros da equipe seriam repórteres. Realizaram-se reuniões para discutir os temas que seriam abordados, segundo as editorias selecionadas, sendo elas respectivamente: Gastronomia, Roteiros, Cultura, Crônica e Especial Roteiros. Organizaram-se as ideias através da pauta, e pesquisou-se o que era necessário, sempre tendo em mente a realização de uma boa matéria, pois como ERBOLATO (1991) aponta, há uma necessidade de se pensar em coisas novas e atraentes. Nessa busca pela notícia atraente, a pauta pode ser uma grande aliada, se feita com atenção e empenho.

Tendo em mente que “o pauteiro” é peça importante no complexo jornalístico. Entre as suas funções está a de ler tudo o que lhe caia às mãos, mas sempre na tentativa de encontrar a chave para a boa matéria” (ERBOLATO, 1991, p.155). No presente produto, todos exerceram em conjunto essa função.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Iniciado como uma avaliação, o preparo do projeto do *Jornal do Turista* proporcionou ampliar o conhecimento referente a desenvolvimento de layouts e da produção textual apresentada nas pautas. A seleção de conteúdos e a maneira de expor as ideias no produto foram um grande desafio, tendo em vista a necessidade de fugir do tradicional, mas ao mesmo tempo aplicar os conceitos aprendidos e aprimorados, e principalmente sem deixar de satisfazer o desejo de uma leitura construtiva e agradável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout: Design Básico**. Tradução de Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares: Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1994.

- BATISTA, D. **O Complexo da Amazônia – Uma análise do processo de desenvolvimento**. 2ª ed. Manaus: Editora Valer, Edua e Inpa, 2007.
- BHABHA, H. **O local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- COLLARO, Antônio Celso. **Produção Gráfica: arte e técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CRAIG, Janes. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.
- DIAS, L. O. **Samambaia: Jornal-laboratório como construção coletiva**. In: MAIA, Juarez Ferraz de (org.). **Jornalismo UFG**. Goiânia: FUNAPE/Facomb, 2010.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.
- LEANDRO, Paulo Roberto; MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente: o jornalismo interpretativo**. São Paulo: Media, 1973.
- LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal-laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo: Summus, 1989.
- Piza, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2.ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação, planejamento gráfico-visual**. São Paulo: Summus, 1985.
- WILLIANS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995.