

## Metodologias de Análise da Imagem no Turismo: um estudo bibliográfico sobre o uso da fotografia como método de pesquisa

Iasmim da Silva Leite<sup>1</sup>  
Karla Estelita Godoy<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo se propôs a investigar o uso de metodologias de análise da imagem em pesquisas de turismo nacionais e internacionais recentes, entre os anos de 2012 a 2017. Por meio de pesquisa exploratória e bibliográfica buscou-se verificar as principais metodologias de imagem utilizadas no campo do turismo, em quais áreas esses métodos são mais empregados e de que modo são coletadas as imagens para pesquisa. A pesquisa por artigos que utilizavam metodologias de análise de imagens aplicadas às pesquisas empíricas foi realizada nas bases de dados de periódicos *Scielo*, *Spell*, *Web of Science* e *Scopus*, por possuírem ampla quantidade de artigos nos idiomas português, espanhol e inglês respectivamente. Foram adotadas como filtros de pesquisa as seguintes palavras-chave: “análise da imagem”, “fotografia”, “turismo” e “imagem”, traduzidas e buscadas nos idiomas: português, inglês e espanhol. Foram recuperados no total 205 artigos, entretanto, após um processo de exclusão de duplicatas e de restrição aos trabalhos que utilizavam a palavra “imagem” com sentido de “imaginário”, restaram 40 artigos para análise final apresentada nesse artigo. Como resultado verificou-se que as pesquisas em turismo utilizam metodologias tradicionais para analisar imagens, tais como: semiótica e análise de conteúdo. Observou-se também o método *volunteer-employed photography* (VEP) como principal forma de coleta de dados, além das redes sociais online. Cabe salientar que o uso dessas metodologias, utilizadas, em geral, na área de gestão e marketing de destinos turísticos, apoiou-se em outros métodos qualitativos conceituados – entrevistas em profundidade e observação participante, por exemplo – como forma de validar os resultados da pesquisa. Contudo, notou-se por meio desse mapeamento, que as metodologias de análise visuais podem contribuir para a pesquisa em turismo, capturando o olhar do turista e oferecendo perspectivas que *surveys* ou entrevistas em profundidade não são capazes de fornecer. Assim, este artigo aponta novas possibilidades para a pesquisa em turismo.

**Palavras-chave:** pesquisa em turismo; metodologias de análise da imagem; novas metodologias; fotografia.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo (UFF). Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR-UFF). Pesquisadora do T-Cult Grupo de Pesquisa Turismo, Cultura e Sociedade – UFF e do EpisTemus – Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Turismo e Museus. Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2319980391045325>. E-mail: [iasmimleite@id.uff.br](mailto:iasmimleite@id.uff.br).

<sup>2</sup> Bacharel em Museologia (UNIRIO), Mestre em Memória Social (PPMS/UNIRIO), Doutora em Políticas Públicas e Formação Humana (PPFH/UERJ) e Pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Antropologia (PPGA/UFF). Professora Associada do Departamento de Turismo da Universidade Federal Fluminense. Vice-coordenadora e docente do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo (PPGTUR/UFF). Coordenadora do T-Cult Grupo de Pesquisa Turismo, Cultura e Sociedade – UFF e do EpisTemus – Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Turismo e Museus. Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7899304734293116>. E-mail: [karlagodoy@id.uff.br](mailto:karlagodoy@id.uff.br).