

O Turismo como pauta dos jornais impressos  
A crítica e Diário do Amazonas na cidade de  
Manaus no mês de Outubro de 2007

Fabíola Abess  
Universidade do Estado do Amazonas  
Escola Superior de Artes e Turismo

2008

# Índice

<b>1. Introdução</b>	<b>7</b>
<b>2. Turismo e comunicação, uma relação interdisciplinar</b>	<b>11</b>
2.1. Turismo, uma breve contextualização . . . . .	11
2.1.1. Turismo e Comunicação, áreas interdependentes? . . .	13
2.1.2. Jornalismo e Turismo: elementos pós-modernos para a construção dos imaginários . . . . .	16
2.1.3. O processo de formação da imagem no turismo . . . . .	18
2.1.4. Histórico do Turismo como pauta do jornal impresso .	23
2.1.5. A pauta sobre Turismo nos jornais impressos . . . . .	26
<b>3. Capítulo II – Turismo e Jornalismo: por uma análise do discurso jornalístico</b>	<b>29</b>
3.1. Os tipos de discursos utilizados pela imprensa especializada e os discursos da “imprensa espontânea” . . . . .	29
3.1.1. Contextualização dos jornais A crítica e Diário do Ama- zonas durante o mês de Outubro de 2007 . . . . .	34
3.1.2. Jornalismo comparado, análise de conteúdo jornalístico	35
3.1.3. Os mesmos fatos, diferentes jornais e discursos . . . . .	36
<b>4. Levantamento sobre a frequência e tipos de matérias publicadas pelos jornais A Crítica e Diário do Amazonas</b>	<b>51</b>
4.0.4. Os tipos de matérias publicadas pelos cadernos cultur- ais nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007 . . . . .	54
4.0.5. Quantidade de fotos utilizadas nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas em cada editoria durante o mês de Outubro de 2007 . . . . .	56

4.0.6.	Quantidade de matérias locais, nacionais e internacionais publicadas pelos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007 . . . . .	58
4.0.7.	Quantidade de Matérias polêmicas relacionadas com o tema turismo publicadas pelas Editorias dos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007 . . . . .	59
<b>5.</b>	<b>Considerações Finais</b>	<b>63</b>
<b>6.</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>65</b>
6.1.	Referências eletrônicas . . . . .	68

6.1.1. Lista de matérias polêmicas publicadas por Editoria	
Jornal A Crítica . . . . .	72

***À DEUS***

***Por sua infinita misericórdia e sabedoria***

***Nada acontece por acaso.***

# Epígrafe

O turismo é uma Universidade em que o aluno nunca se gradua, é um Templo onde o suplicante cultua mas nunca vislumbra a imagem de sua veneração, é uma Viagem com destino sempre à frente mas jamais atingido. Haverá sempre contempladores, sempre errantes aventureiros.

*Lord Curzon (1859 – 1925) Governador Geral da Índia.*

– Quem mais manda na mídia é você, meu caro leitor ou espectador. E você, consumidor, é o mal da imprensa. Editores quebram a cabeça diariamente para agradá-lo. O mal da imprensa é que ela não ousa mais desagradar ao seu leitor. Simplicidade verbal não é sacrifício de complexidade. A glória da imprensa foi feita por gente com opiniões fortes e inconformistas.

Paulo Francis

Afinal, a melhor maneira de viajar é sentir. Sentir tudo de todas as maneiras. Sentir tudo excessivamente...

Fernando Pessoa

*“A imprensa é a alma do país, é o lugar onde a nação se encontra todas as manhãs consigo mesma, para considerar sua vida, seu destino, suas aspirações*

*Fernando Pedreira*

# Capítulo 1

## Introdução

Turismo é uma área do conhecimento interdisciplinar e isto requer a realização de estudos nas mais diversas áreas. O grande problema é a escassez de literatura e de pesquisas publicadas para prover embasamento às posteriores pesquisas a serem desenvolvidas na área de Turismo e Comunicação. Como é o caso desta pesquisa que almeja analisar a relação do Turismo com o Jornalismo por meio dos jornais impressos.

Sem Comunicação não é possível que o ser humano possa ter noção da existência de outros povos e culturas, muito menos pode sentir necessidade de se deslocar para outros locais diferentes de sua moradia, para que isso ocorra, um turista em potencial precisa obter o mínimo de informações sobre o destino que deseja conhecer.

O Jornal é um meio de comunicação que está presente no cotidiano das pessoas, e este é um objeto que tem grande credibilidade junto aos leitores, publica tanto fatos positivos como negativos.

O turismo está presente tanto nas páginas dos cadernos especializados, com imagens de locais paradisíacos e oferta de pacotes, quanto nas demais páginas do jornal diário, assim como os fatos polêmicos, que até alguns autores supõem como causa da diminuição do fluxo turístico em curto prazo. Ambos os discursos diferem, porém o mesmo público tem acesso a todos estes conteúdos, turistas potenciais, reais e o trade turístico.

Turismo e Jornalismo são atividades que se interrelacionam, o Turismo necessita dos meios de comunicação para se promover, e o Jornalismo tem como objetivo informar. Assim, o Turismo torna-se assunto pautado pelos meios de comunicação, independentemente do tipo de mídia utilizada, estabelecendo um contato entre a oferta e a procura.

É importante ressaltar que os meios mais utilizados são a televisão e os jornais, por lidarem com a transmissão de imagens e informações escritas. Tal opção pelo jornal impresso pode ser justificável por este fato. Porém, é importante lembrar que a escolha do veículo de comunicação pelos anunciantes baseia-se na avaliação do alcance, da frequência e do impacto de um anúncio em potencial.

Os jornais têm se mostrado eficazes por estarem presentes no cotidiano das pessoas e têm desempenhado um papel importante como agentes de informação, alguns jornais de grande circulação possuem suplementos e neles são divulgados os produtos turísticos ou nas seções específicas.

Além desse espaço específico dado ao tema Turismo nos suplementos, cujo discurso é repleto de mensagens publicitárias, o Turismo também tem seu espaço nos jornais de forma espontânea, cujos fatos ocorrem no dia-a-dia e constam nas editorias de Cidades, Política, Brasil, Economia, entre outras.

É nesta análise de conteúdo discursivo e quantitativo que tal projeto se atém, observando qual abordagem foi dada ao turismo neste intervalo de um mês, em dias consecutivos, e qual frequência e importância foi dada ao tema Turismo em dois distintos jornais na cidade de Manaus.

A importância de um estudo mais aprofundado sobre o tema encontra-se na escassez de literatura especializada, e a ausência de discussões no meio jornalístico/ turístico local e acadêmico sobre o tema, o que implica uma prática baseada no senso comum, superficial ou com abordagem restrita a um discurso carregado de elementos publicitários.

A problemática principal do objeto de pesquisa se dá em descobrir quais são os discursos sobre Turismo nestes dois jornais de grande circulação na cidade de Manaus, cujo objetivo geral é analisar os conteúdos sobre o Turismo nos jornais *A Crítica* e *Diário do Amazonas* na cidade de Manaus no mês de Outubro de 2007.

Como específicos pretende-se realizar uma proposta teórica sobre o Jornalismo como pauta dos jornais; analisar os discursos adotados pelos jornais sobre Turismo e realizar um levantamento sobre a frequência e tipos de matérias sobre Turismo (ou relacionadas) publicadas no mês de Outubro de 2007.

Quanto aos procedimentos metodológicos caracteriza-se como um estudo qualitativo de caráter descritivo e observatório assistemático que procure registrar os fenômenos na medida em que ocorrem. E implica duas etapas: coleta de dados e amostra não probabilística.

Na primeira etapa foram coletadas as edições diárias de dois jornais de grande circulação na cidade de Manaus, assim como de todo o tipo de assunto publicado sobre turismo, independente da editoria em que estiver localizado.

Na segunda etapa, consiste na amostragem não probabilística intencional, resultando em 62 edições diferentes dos jornais *A Crítica* e *Diário do Amazonas* na cidade de Manaus, sendo que cada jornal terá publicado 31 edições diárias no mês de Outubro de 2007, a opção por este mês justifica-se pela característica de não ser um mês de grande fluxo turístico.

Após a coleta deste material e observação das matérias publicadas sobre turismo, far-se-á uma análise sobre a frequência e discursos abordados sobre o tema, a partir da tabulação em gráficos e análise comparativa entre os mesmos temas publicados em ambos os jornais.

A pesquisa caracteriza-se quanto aos meios como bibliográfica, documental e observatória. Bibliográfica por utilizar material já produzido por outros, utilizando-se principalmente livros; artigos científicos e os próprios jornais; documental por supor-se que estes jornais ainda não foram analisados, observatória por se tratar do acompanhamento contínuo das notícias que foram publicadas durante a coleta do material.

Natureza quantitativa e qualitativa. Quantitativa pela tabulação e análise dos dados e qualitativa por pretender analisar os dados obtidos e identificar suas implicações no objeto estudado.

Quanto aos fins, caracteriza-se como exploratória e descritiva devido a não identificação de estudos que abordem o objeto desta pesquisa. Descritiva, porque visa descrever as impressões a respeito da relação entre Turismo e Jornalismo.

Os capítulos desta monografia dividem-se da seguinte forma:

- Capítulo I - Turismo e comunicação, uma relação interdisciplinar: Neste capítulo encontrar-se-á uma breve contextualização do conceito e o histórico do Turismo; do surgimento da pauta sobre Turismo nos jornais assim como de sua interdisciplinaridade e as implicações dessa interação.
- Capítulo II - Turismo e Jornalismo: Por Uma Análise do Discurso Jornalístico relacionado ao Turismo Apresenta o Histórico do Turismo como pauta do Jornal impresso, a pauta e os discursos usados tanto na imprensa especializada quanto na imprensa em geral; apresenta os jornais abordados na pesquisa e analisa comparativamente fatos noticiados por ambos os jornais *A Crítica* e *Diário do Amazonas*.

- Capítulo III - Levantamento sobre a frequência e tipos de matérias publicadas pelos jornais A Crítica e Diário do Amazonas Neste capítulo é possível encontrar a análise do material coletado pela pesquisa, assim como os gráficos e a análise discursiva de cada um deles.

## Capítulo 2

# Turismo e comunicação, uma relação interdisciplinar

### 2.1. Turismo, uma breve contextualização

O deslocamento de pessoas é algo que sempre ocorreu no mundo, porém em cada momento da história da humanidade, o homem desenvolveu viagens de acordo com seus meios e motivações. Os homens da pré-história deslocavam-se a fim de suprir suas necessidades básicas, pois eram nômades e não dominavam a agricultura.

Na Grécia registram-se os Jogos Olímpicos como um grande evento para o qual as pessoas se deslocavam para apreciá-lo, os Romanos ao percorrerem a Grécia o faziam para enriquecer culturalmente, estas viagens dos Romanos são consideradas antecedentes remotos do Turismo, pois teriam sido os primeiros a viajar por prazer.<sup>1</sup>

O Turismo é um fenômeno contemporâneo inscrito nas transformações culturais da nossa sociedade atual. A compreensão do fenômeno turístico demanda um enfoque inter, multi e transdisciplinar capaz de transcender os limites econômicos impostos pela indústria cultural e pelos efeitos receptivos da mídia. (DROGUETTI, 2004, p.13)

Confunde-se Turismo com viagens, mas são conceitos diferentes. Enquanto viagem se limita a um problema de transporte, Turismo implica tanto

---

<sup>1</sup>Ver URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo, Estúdio Nobel, 1996.

um deslocamento temporário do local de origem para outro durante um curto período de permanência e começa no destino, onde o tráfego termina e implica relações de serviços e mudança de residência por razões alheias a negócios ou profissionais.

Pode-se dividir o Turismo em dois grandes períodos: o Petit Tour que vai dos séculos XVI ao XVIII, que antecedem o Grand Tour correspondente ao século XIX.

Segundo Barreto (1995, p. 49) Há mais de uma versão sobre qual a diferença entre o Petit Tour, que caracterizou os primeiros tempos do Turismo, e o Grand Tour.

No século XVIII foi publicado um guia divulgando o Petit Tour, que consistia numa visita ao Vale do Loire e o Grand, que se estendia por Burdeos, Provenza, Lyon e Paris. Outros autores entendem que o Grand Tour era a Itália (Veneza e Roma) e o Petit Tour, apenas Paris. Para Urry (1996, p. 19) nos séculos XII e XIV as peregrinações que iam de Veneza à Terra Santa haviam se tornado um amplo fenômeno organizado com sistema de hospedarias para viajantes.

O Grand Tour já estaria consolidado ao final do século XVII, e atendia aos filhos da fidalguia e da pequena aristocracia, sendo que já ao final do século XVIII aos filhos da classe média profissional.

Em Hobsbawm (2000, p. 284–5) a aristocracia viajava muito por razões não utilitárias, mas de uma forma que nada tem em comum com o turismo moderno. Famílias nobres mudavam-se das casas da cidade para as casas de campo regularmente nas estações com um cortejo de empregados e veículos de carga. [...] O grand tour dos jovens nobres ainda não implicava o Grand Hotel do turismo da era capitalista, em parte porque essa instituição ainda estava se desenvolvendo – mais ou menos em conexão com as estradas de ferro – e em parte também porque os nobres desdenhavam parar em hotéis de passagem.

A viagem turística não é restrita à sociedade industrial, mas a viagem turística atual é uma decorrência desta sociedade, quando passou a ser um produto de primeira necessidade criada pelas estruturas urbanas industriais originadas na Europa Ocidental e na América do Norte a partir de 1840.

A atividade turística expande-se no pós Segunda Guerra Mundial, quando as viagens se popularizam nos países mais desenvolvidos e os trabalhadores adquirem salários e tempo livre maiores e foram também influenciados pela propaganda turística e pela melhoria dos sistemas de transportes e de comunicação.

São vários os conceitos formulados para Turismo <sup>2</sup>, o primeiro foi elaborado em 1911 pelo economista alemão Hermann von Schullern zu Schatthofen que dizia turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, cidade, país ou estado.

No início, o Turismo era compreendido como uma atividade essencialmente econômica, entretanto, quem define a prática do Turismo é o turista, sem ele não existe a atividade turística nem interações econômicas, sociais, culturais e comunicacionais.

Aos conceitos elaborados sobre Turismo foram acrescentadas outras definições ao longo do tempo, e do ponto de vista formal a Organização Mundial do Turismo (OMT), define Turismo:

A soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais (apud, De La Torre 1992, p. 19).

É outro conceito intrínseco ao de Turismo é a de turista adotada pela OMT (Organização Mundial do Turismo):

Visitante temporário, proveniente de um país estrangeiro, que permanece no país mais de 24 horas e menos de 3 meses, por qualquer razão, exceção feita de trabalho (apud, Idem 1992, p. 19)

### **2.1.1. Turismo e Comunicação, áreas interdependentes?**

[...] turismo e comunicação são indissociáveis para o bom desenvolvimento da atividade, [...] é somente através da comunicação que o turista irá alcançar o produto que deseja consumir, além de obter variadas informações e novidades de consumo em turismo. Assim, a linguagem jornalística facilita a compreensão do consumidor acerca das informações pertinentes ao seu consumo turístico [...] (ZARDO, 2001).

A ideologia do capital criada pela Revolução Industrial produziu mudanças de comportamento no homem por meio da criação de novas necessidades de consumo e desejos, dando início à era do consumo valorizando as atividades de lazer, de turismo e de entretenimento, os consumidores mudaram, assim

---

<sup>2</sup>Ver os demais conceitos elaborados para Turismo em Barreto (1995, p. 9-12).

como os produtos, os serviços e seus efeitos, muda também a concepção de qualidade, de lucro e de desenvolvimento.

Há uma inversão de valores, a mercadoria acaba se naturalizando e as relações sociais se coisificam, os homens perdem a noção de que ao trocarem objetos uns com os outros estão trocando suas respectivas forças de trabalho materializadas em objetos. Marx explica que por meio do fetichismo as relações entre os homens parecem ser relações sociais entre coisas, às mercadorias são agregados valores simbólicos, numa sociedade do espetáculo.

Os meios de comunicação social apresentam ao público receptor, imagens que transmitem um ideal de liberdade e segurança. Muitas vezes ignorando as características particulares de cada espaço, a mídia codifica imagens de lugares por meio de símbolos representativos de ideais, fragmentando elementos referentes às suas reais necessidades e oferecendo ao público produtos que são produzidos por uma lógica econômica global de consumo.

O ser humano aceita a realidade da maneira que lhe é apresentada, e quando na condição de cliente pela impossibilidade de conhecer o produto turístico antes de comprá-lo, pelo fato de poder ser apresentado somente por meio de fotos, filmes e outros meios escritos ou orais, neste caso os jornais fazem parte do cotidiano e desempenham o papel ideal como agente de informação no mercado de viagens, os seus integrantes utilizam jornais e viajantes em potencial estão condicionados a procurar informações de viagens nos jornais.

Para que o Turismo ocorra é preciso haver comunicação, ambos estão diretamente ligados, sendo que o primeiro acontece devido à atuação do segundo. A comunicação precisa de um meio, um emissor, uma mensagem e um receptor para que alcance o seu objetivo maior, que é transmitir uma mensagem a um interlocutor sem a intervenção de ruídos.

Portanto, o jornal exerce o papel de mediador entre o leitor e a realidade, que é a leitura de uma leitura. Segundo Costa (2002, p. 2), mesmo que se trate de uma reprodução do real, trata-se sempre de uma reprodução, porque o fato foi retirado do ambiente original e inserido num novo espaço, o jornalismo trabalha sempre com representações, que não se revelam como tais.

No jornalismo coexistem os fatos, atos e palavras dos agentes históricos e a opinião comum [...] a informação dos meios de comunicação não reproduz perfeitamente o saber científico, uma vez que se situa no campo do verossímil. (SÁ, p. 63)

Neste contexto em que as máquinas de comunicação interativa representam formas das faculdades perceptivas e intelectivas do homem têm possibilitado uma mudança na relação sujeito-objeto por meio da mediação técnica, marcada pelo distanciamento do momento de produção e recepção da mensagem,

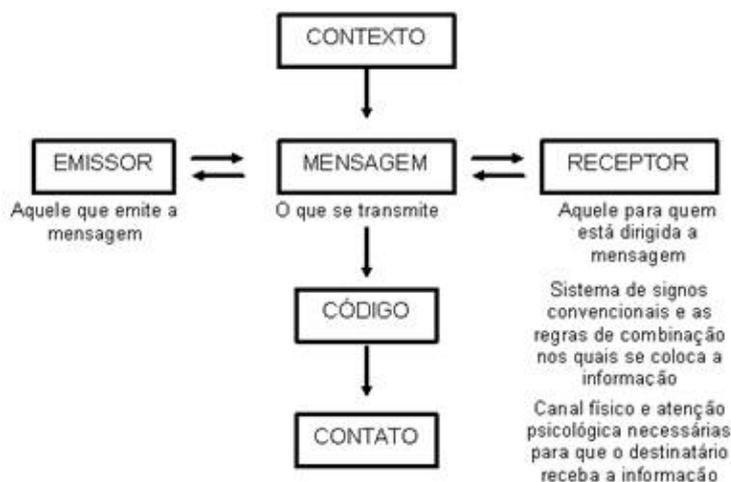


Figura 2.1: O diagrama é referente ao modelo proposto por Roman Jakobson e Eugenio Coseriu e adaptado pelo Professor Dr. Juan Guillermo Droguett.

alterando noções de memória, experiência e vivência, onde os fluxos de informações não conduzem a uma sociedade onde os indivíduos não estão na condição de ser mais esclarecidos.

É o que Edgar Morin (1997, p. 73) chama de cultura de massas sob uma perspectiva do turismo, é uma grande viagem–espetáculo ao interior de um universo de paisagens, monumentos e museus, ao exemplificar essa mediação técnica utiliza o cinema como exemplo de recurso mediático:

O parente turismo–cinema afirma–se nas viagens coletivas em ônibus panorâmicos: os expectadores enfiados em suas poltronas olham através do *plexiglas*, membrana da mesma natureza que o vídeo da televisão, a tela de cinema, a foto do jornal e a grande janela envidraçada do apartamento moderno.

A cultura mediática exerce uma hegemonia na formação do homem contemporâneo, a comunicação no fenômeno turístico visa tocar o outro e estimular um contato, seja direta ou indiretamente, pois favorece a relação entre os sujeitos produtor, reproduzidor e consumidor.

O turista, por meio de uma comunicação, implica numa nova prática social, sente novas necessidades, desenvolve seu imaginário e toma gosto pela

diversão e a escolha de um destino turístico é feita devido à existência de variadas opções e não por sua criação. O lazer e o entretenimento fazem parte da cultura contemporânea e os meios de comunicação de massa fortalecem os imaginários sociais e valores cultuados.

Trata-se de uma relação de interdependência entre turismo e mídia, ambos encontram-se interligados e se sustentam, o turismo precisa dos meios de comunicação de massa para divulgar seus produtos fabricados e a mídia precisa que estes produtos estejam nas páginas dos jornais para faturar em anúncios, fortalecendo a sociedade de crenças, valores, estilos de vida e padrões de consumo.

Ainda em Costa (2002, p. 22) afirma que os *mass media* passaram a agir de modo que ditassem padrões estético-valorativos, a moral dominante e as informações de interesse coletivo, e que o público em consequência da ação dos jornais e outros meios de informação sabe ou ignora, presta atenção ou negligência elementos específicos dos cenários públicos.

Dada a importância da comunicação para a atividade turística, Beltrão (1996, p. 34–43) explica que há dois tipos de comunicação para o Turismo, a receptiva e a emissiva. A primeira pode ser encontrada nas viagens terrestres e aéreas, entre outros modais, ou seja, no percurso até os grandes centros de lazer, esta comunicação receptiva segundo o autor também concerne à imagem do local, que é de fundamental importância para que o Turismo possa acontecer, a receptividade também é um item relacionado com a recepção propriamente dita dos turistas, assim como a qualidade no trato da comunicação durante o atendimento dos demais tipos de prestadores de serviços do Turismo e a da sinalização turística.

Um segundo tipo de comunicação do Turismo segundo Beltrão é a emissiva, que tem se mostrado em evidência por tratar de informações que transmitem algo ocorrido ou que está para acontecer. É de grande utilidade, pois presta as informações emissivas necessárias, leva informações atuais e futuras à sociedade por meio dos grandes jornais e motiva turistas em potencial e os já consolidados. Este tipo de comunicação tem sido mais eficiente que a receptiva, devido às tecnologias e facilidades encontradas nos meios de comunicação, principalmente na comunicação escrita, jornais, revistas especializadas e *internet*.

### **2.1.2. Jornalismo e Turismo: elementos pós-modernos para a construção dos imaginários**

O turismo moderno é consequência do desenvolvimento industrial da sociedade, assim como da evolução dos transportes e das comunicações. Neste

contexto a humanidade passou a usufruir de tempo livre, pois o tempo de trabalho organizou-se burocraticamente, tornando possível estabelecer um modelo existencial o qual Krippendorf (1987, p. 25) chama de trabalho–moradia–lazer–viagens, as motivações também mudaram, antes o homem viajava por necessidades diferentes das de lazer e relaxamento.

Apesar das motivações das viagens do passado serem completamente diferentes do turismo pós–moderno, a comunicação exerceu um importante papel no desenvolvimento destas, pois segundo Lage (2000, p. 38) [...] a existência humana [...] que pode ser distintamente associada ao que chamamos de forma de transmissão de uma geração para outra do produto acumulado de experiências da vida de cada sociedade, em termos de cultura, arte, ciência, religião, economia, política, sociologia, filosofia, educação e produção realizadas pelo ser humano – onde se evidencia o turismo.

Estas mudanças ocorreram devido às modificações sobre a organização do trabalho, segundo Edgar Morin (1997, p. 67) O tempo de trabalho enquadrado em horários fixos, permanentes, independentes das estações se retraiu sob o impulso do movimento sindical e segundo a lógica de uma economia que, englobando lentamente os trabalhadores em seu mercado, encontra-se obrigada a lhes fornecer não apenas um tempo de repouso e de recuperação, mas um tempo de consumo. As horas semanais de trabalho foram reduzidas e o operário teve direito também às férias, podendo usar este tempo livre em qualquer atividade de sua preferência.

Este tempo livre que antes era empregado com a família e a festa, sendo que esta última era distribuída ao longo do ano com ritos sagrados das comunhões coletivas foram enfraquecendo pela cotidianização deste novo tempo livre, a grande família fica resumida aos filhos e ao casal, cada um dos membros adquire uma autonomia, o ritmo de trabalho doméstico é reduzido, assim como a fabricação em série aumenta, a venda em crédito e a aparelhagem doméstica dão início à sociedade do bem–estar.

Moesch (2002, p. 31) afirma que O real do turismo é uma amálgama na qual TEMPO, ESPAÇO, DIVERSÃO, ECONOMIA, TECNOLOGIA, IMAGINÁRIO, COMUNICAÇÃO, DIVERSÃO e IDEOLOGIA são partes de um fenômeno PÓS–MODERNO, em que o protagonista é o SUJEITO, seja como produtor ou consumidor da prática social turística. Segundo a autora, essa realidade sociocultural é entendida em sua totalidade, na qual suas partes – o econômico, o espaço, o tempo, o tecnológico, o sujeito, a ideologia, a diversão, a comunicação, o imaginário e a pós–modernidade, devem ser entendidos em sua totalidade nas relações do fenômeno turístico.

Existe uma necessidade de interdisciplinaridade no trato com o turismo, devido sua origem na prática histórica e da sociedade pós-moderna, na qual o econômico e o tecnológico de forma interdependente resultam de necessidades subjetivas e de imaginários, da diversão, da comunicação e da ideologia criados pelos próprios sujeitos que as consomem.

Segundo Edgar Morin (2000) A interdisciplinaridade pode significar a troca e a interação, a fim de vir a ser alguma coisa orgânica, permitindo a multiplicidade dos sentidos de um objeto, um conjunto de elementos objetivos e subjetivos, que estabeleçam entre si interações constantes, mas que não deixam de ser uma totalidade específica que é preciso levar em conta, esta seria uma categoria da pós-modernidade.

Esta realidade sociocultural faz parte de um todo que dever ser compreendido por suas partes, consequência da modernidade e de suas implicações geram um sistema de imagens virtuais inseridas num mundo de fantasias onde se estabelece uma lógica de identificação a partir da globalização econômica e mundialização cultural e O turismo deixa de ser um ato de hospitalidade e de integração, passando a englobar o movimento da indústria cultural globalizada, como ato de consumo e absorção de um entretenimento (MOESCH, 2002, p. 33–34).

### **2.1.3. O processo de formação da imagem no turismo**

A imagem que uma pessoa tem de um determinado lugar é formulada a partir de variados processos de conhecimento, pode ter sido formulada por comentários de amigos, leitura de folheteria, anúncios publicitários, artigos e reportagens, narrativas em livros ou no cinema. As características da personalidade do indivíduo também contribuem no processo de formação dessa imagem, classificado como um processo objetivo-subjetivo, identificado pelos meios de comunicação.

O fato de viajar satisfaz a necessidades, tais como: conhecer novas culturas, visitar novos lugares, tratar de negócios com o exterior. Porém, uma viagem à Espanha tem um valor diferente de uma viagem para a Indonésia. Ter visitado a Torre Eiffel na França acrescenta valor na vida de um turista, diferente de outro que tenha visitado o Machu Picchu, no Peru. (SÁ, 2002, p. 11).

Pela intangibilidade do produto turístico, o consumidor não tem como avaliar fisicamente o que está comprando, portanto ele compra imagens. O que motiva um indivíduo a viajar é menos resultado de um impulso pessoal,

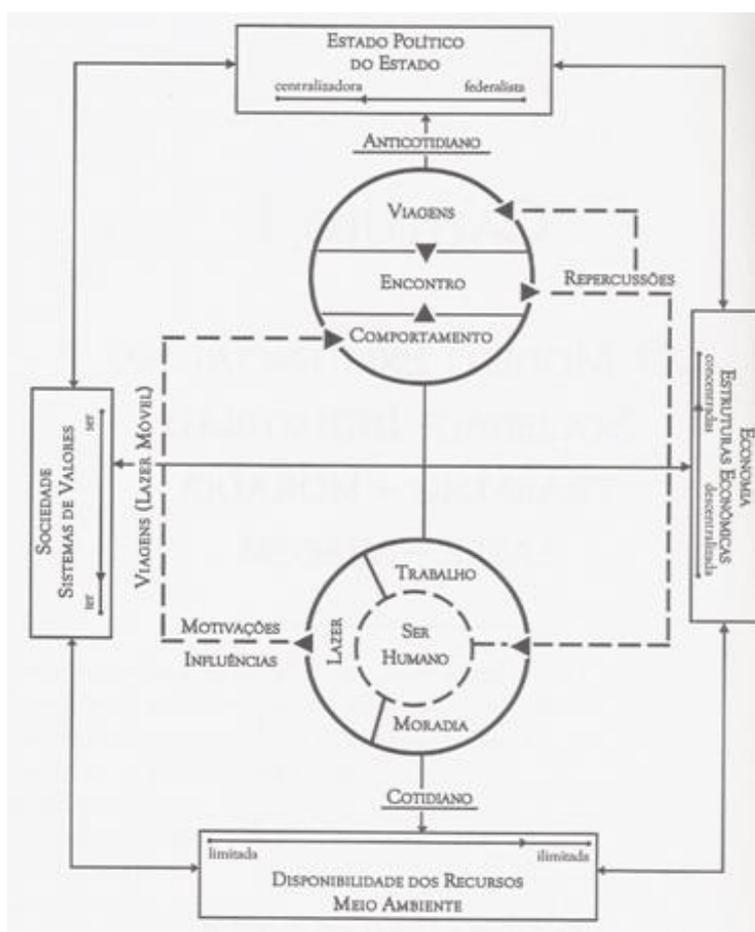


Figura 2.2: Esquema proposto por (KRIPPENDORF, 1989, p.30).

do que a influência do meio social, a decisão pessoal é de certa forma condicionada pela sociedade. E fatores histórico–sociais, posição geográfica, clima e a comunicação fornecem uma imagem de um lugar bem definida na mente dos consumidores.

[...] A pós–modernidade envolve uma dissolução das fronteiras, não apenas entre a alta e a baixa culturas, mas também entre diferentes formas culturais, tais como o turismo, a arte, a educação, a fotografia, a televisão, a música, o esporte, as compras e a arquitetura. Além disso, a era da comunicação de massa transformou o olhar do turista, e muitas características da pós–modernidade já estavam prefiguradas nas práticas turísticas existentes. (URRY, 2001, p. 118).

A África é associada a safáris, a Argentina ao Tango, a Austrália aos cangurus e o Brasil ao carnaval, cada pessoa possui uma imagem bastante diferente de uma mesma localidade. Essas imagens pré–determinadas correspondem na maioria das vezes aos estereótipos, e têm vasta difusão e aceitação nas sociedades, influenciando o processo de formação de imagens subjetivas, com pequenas variações dependendo das experiências diretas dos indivíduos. Essas imagens pré–determinadas coincidem, muitas vezes com a maioria das representações na mente dos indivíduos.

[...] A palavra imagem nos conduz a vários significados. Ela pode ser associada a um conjunto de percepções a respeito de algo, a uma representação de um objeto ou ser, a uma projeção futura, a uma lembrança de algo ou recordação passada. Essas múltiplas explicações a respeito da imagem nos levam a considerar o quanto ela pode ser dinâmica e ampla no que se refere a conceito e prática. (SÁ, 2002, p. 12).

Sá também sugere a existência de dois tipos de imagem; uma prévia e outra posterior ao contato com o lugar, a primeira é resultado de uma imagem mental primária, é um saber que se dá antes de entrar em contato com uma realidade que desperta reações no indivíduo, seguida pelo contato real, gerando uma nova imagem mais complexa.

É importante ressaltar a diferença entre imagem e estereótipo, enquanto a imagem é mais subjetiva podendo variar de pessoa para pessoa, o estereótipo seria uma imagem largamente mantida, deturpada e simplificada sobre algo que leva uma pessoa a ter atitudes tanto favoráveis quanto desfavoráveis. E

é reforçada, principalmente, pelos meios de comunicação. Mesmo assim, os estereótipos de alguma forma influenciam o processo de formação das imagens subjetivas, por meio deles as pessoas narram o mundo.

Vários autores classificam as imagens turísticas em dois níveis: um *orgânico* e outro *induzido*, a imagem *orgânica* representa aquilo que aprendemos sobre um lugar, por meio da educação, artes e socialização, é uma imagem primária, já a imagem *induzida* é resultado da promoção turística de um lugar, outra forma de imagem é a *complexa*, quando já houve um contato do turista com o lugar.

O imaginário turístico é uma amálgama entre imagem e escrita, formado por uma idéia inicial que *a posteriori* se torna complexa pelo estabelecimento de um contato do turista com o destino almejado, as informações são formadas por imagens e escrita, num fluxo de informações em massa, característica da pós-modernidade, como afirma Gastal (2005, p. 50) se com a pós-modernidade o avanço da visualidade corre em paralelo com o recuo da escrita e do literário, a imagem é certamente mais imperativa do que a escrita, impõe a significação de uma só vez, sem analisá-lo, sem dispersá-la. Mas isso não é uma diferença constitutiva. A imagem transforma-se numa escrita, a partir do momento em que é significativa [...].

Tal afirmação de que as imagens transformam-se em escrita é dada pela possibilidade de que os primeiros signos criados pelo homem estivessem associados a um determinado objeto, os sons eram associados a cada objeto em sua especificidade e não no geral. O ser humano é dotado da capacidade de abstração, ou seja, de identificar o que há de comum entre os objetos, esta capacidade deu origem a uma qualidade geral, o conceito.

O triângulo acima ilustra a representação da dinâmica para qualquer tipo de signo, independente de pertencer ao mundo físico ou não. Se houvesse significado apenas para a relação entre o signo e o objeto real, não poderia haver significado para coisas que jamais existiram ou que não são palpáveis ou visíveis.

Para Peirce, um signo é algo que está no lugar de alguma coisa para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade. (JOLY, 1996, p. 35). Um signo mantém uma relação entre pelo ao menos três elementos: a face perceptível do signo, representamen, ou significante que pode ser também uma fotografia no lugar da palavra ou texto; o que ele representa, objeto ou referente, que pode ser também uma idéia abstrata ou intangível; e o que significa, interpretante ou significado, que é o CONCEITO.

Joly (1996, p. 115–116) declara a falta de abordagem interacional entre imagem visual e linguagem, que na maioria das vezes são abordadas em ter-



Figura 2.3: Modelo adaptado de BORDENAVE, Juan Diaz E. O que é comunicação? São Paulo, Editora Brasiliense, 2006. (Coleção Primeiros passos). p. 64-67.

mos de exclusão, ou interação, mas raramente em sua complementaridade, a justificativa para o fato é a de que quase sempre a imagem é acompanhada pela linguagem verbal, em forma de comentários, escritos ou orais, títulos, legendas, artigos de imprensa, bulas, didascálias, slogans, conversas, quase no infinito.

[...] a oposição imagem/ linguagem é uma falsa oposição, uma vez que a linguagem não apenas participa da construção da mensagem visual, como a substitui e até a completa em uma circularidade ao mesmo tempo reflexiva e criadora. (JOLY, 1996, p. 11)

Segundo (Faria, 2001, p. 197) A presença das várias funções combinadas, nos títulos e manchetes, determinam aquilo que vai atingir o leitor: o denotativo ou referencial, com os elementos básicos do fato (o que, quem, quando, onde, etc); o conotativo, no conteúdo ideológico, claro ou subentendido na informação – por exemplo, a posição a favor ou contra do jornal face ao noticiário; o emotivo, quando o texto visa, também ou exclusivamente, atingir a psicoafetividade do leitor; e finalmente a função poética, no sentido amplo que lhe dá Jakobson, como jogo de palavras e sons, imagens, enfim o uso de figuras de retórica presente na linguagem escrita.

É importante lembrar que há uma função que a imagem não pode ter, a não ser muito raramente, a metalingüística, esta que consiste em falar de

seus próprios códigos. [...] é difícil classificar certas imagens. É o caso das fotografias de imprensa: supostamente deveriam ter uma função referencial, cognitiva, mas na realidade, situam-se entre a função referencial e a função expressiva ou emotiva. Uma foto de reportagem testemunha bem uma certa realidade, mas também revela a personalidade, as escolhas, a sensibilidade do fotógrafo que assina. (JOLY, 1996, p. 58).

Analisar fenômenos em seu aspecto semiótico dá possibilidades de além de proporcionar prazer ao analista, aumentar seus conhecimentos, ensinar, permitir ler ou conceber com maior eficácia mensagens visuais. Além disso, considerar seu modo de produção de sentido, a maneira como causa significações, ou seja, as interpretações, aquilo que é provocado na mente daqueles que concebem uma atitude interpretativa. Joly também afirma que a análise das palavras inspiradas pela fotografia mostra como a teoria permite compreender porque a fotografia, mais do que qualquer outra imagem, pode gerar o sonho e a ficção, como no caso das matérias publicadas sobre Turismo.

#### **2.1.4. Histórico do Turismo como pauta do jornal impresso**

No início do século XX os jornais passam a se transformar em empresas e assumem formato de negócios; antes os assuntos eram misturados e não havia divisão em editorias: política, economia, cidades, etc. Até que a tendência em dividir temáticas propiciou o surgimento das especializações.

Os jornais, especificamente, atravessam, nessa transição de milênios, um silencioso processo de mutação incorporando atrativos que vão desde inovações tecnológicas para a sua produção (jornais coloridos, mais fáceis de manusear, papel de melhor qualidade, melhor qualidade nas transmissões de imagem e som) à incorporação de iscas que atraem o consumidor (novas seções ao gosto do público, brindes, prêmios, concursos, etc). (NIELSEN, 2001).

Até que, a partir do terceiro Jornalismo, de 1900 a 1960, surge o Turismo como pauta constante devido à influência da indústria publicitária com o uso da fotografia e as grandes tiragens de edições, principalmente dos jornais que dominavam o mercado editorial com verdadeiros oligopólios<sup>3</sup>.

Segundo Avighi (1992) um fator que permeia a relação entre a atividade turística e as publicações é a invenção da fotografia a partir de meados do século XIX, quando a produção da fotografia liberou a pintura do compromisso

<sup>3</sup>Vide ANEXO A - Tabela Fases do Jornalismo.

de registrar o mundo, função assumida pela foto. Ela possui grande importância, pois dá uma identidade visual aos locais e atrativos, e torna as publicações mais reais para seus leitores porque utilizam imagens reais para promover os destinos, verifica-se a proliferação de jornais e cadernos de turismo, muitas vezes, sem a preocupação com a teoria do Turismo.

O Turismo adquire importância a partir da década de 70, quando o cenário mundial adquire estabilidade no período pós-guerra do século XX, surge um mercado consumidor editorial, com a criação de um grande número de revistas especializadas que promoveram produtos turísticos ao redor do mundo.

A partir da década de 80, o jornal passa a entrar em forte concorrência com a revista, incluindo na edição reportagens turísticas, fotos, textos coloridos em encartes especiais de jornais, compondo uma diagramação diferenciada, e inserindo publicidade de forma mais competitiva.

O jornalismo se divorcia dos ideais revolucionários de imparcialidade decretando o fim dos ideais revolucionários de imparcialidade e neutralidade decretando o fim da relação entre jornalismo e responsabilidade pública. Nesse momento, definitivamente, o jornalismo clássico tal qual conhecemos na era da modernidade sucumbe a uma nova era sintonizada no sistema capitalista fortemente institucionalizado, erigido com o apogeu do neoliberalismo no século XX. (PIOVESAN, 2004, p. 1)

É o fenômeno que Bordieu denomina mentalidade-índice-de-audiência, a qual, o jornalismo curva-se sem culpa diante dos desejos e das vontades do patrão, da sociedade, do mercado e do capitalismo. Em último lugar vem a informação. A prática jornalística é influenciada pelos assuntos que não podem deixar de ser abordados, estando em função das atualidades, sendo que com a análise dos grandes semanários pode-se concluir que a concorrência entre os jornais favorece a uniformidade de assuntos.

[...] inconscientemente, os responsáveis, vítimas da mentalidade-índice-de-audiência, não escolhem realmente (observa-se assim, muito regularmente, que as grandes escolhas sociais não são feitas por ninguém [...]) (BORDIEU, 1997, p. 102)

Segundo Piovesan (2004, p. 3-4) tal Jornalismo caracteriza-se como híbrido, pois publicidade e jornalismo convivem harmoniosamente, causando confusão de discursos. Estamos nos referindo àquilo que visualmente parece um texto, uma matéria jornalística, mas o conteúdo não passa de publicidade

de uma empresa, de uma instituição, de um amigo do dono do jornal, de um político também amigo e, o pior, de publicidade travestida de jornalismo nas matérias produzidas de forma coercitiva.

Os *mass media* apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião e discutir, a chamada teoria do *agenda-setting*, cuja relevância encontra-se na importância dada a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social, que lhes é fornecida em parte pelos *mass media*. Os efeitos de *agenda-setting* é diferente em cada tipo de *media*, a televisão é caracterizada por exibir as informações de forma bastante fragmentada para obter um efeito de agenda, sendo que a informação escrita possui capacidade de especificar a importância dos problemas assinalados.

São duas as conclusões a extrair de todos esses factos: os diversos *mass media* têm uma capacidade diferente para estabelecerem a ordem do dia dos assuntos publicamente importantes. A televisão parece ser menos influente do que a informação escrita. (WOLF, p. 135)

A interdependência entre Turismo e Comunicação é notável, já que os meios não se restringem a um só, como no caso do impresso, objeto de análise desta pesquisa. Os meios de comunicação em massa têm o papel de reforçar os imaginários, pela conquista de mentes e corações, contudo, o principal material utilizado na promoção e divulgação do Turismo são os impressos.

Portanto, não é difícil detectar e indicar que a mídia impressa tornou-se o principal veículo de informação turística no Brasil (...) a mídia impressa é considerada uma mídia clássica, e no caso do turismo brasileiro ela tornou-se a maior representante dos veículos de comunicação e comercialização de seus produtos e serviços. (FERRARI, 2002, p.83)

Segundo Piovesan (2004, p. 1)[...] o lazer, o entretenimento estão intricados na cultura contemporânea e os meios de comunicação de massa cumprem o papel de fortalecer esses imaginários sociais e valores cultuados. Neste mesmo período surgem revistas especializadas em turismo e que tratavam de viagens e viajantes, dentre alguns títulos encontram-se o *Revue des Mondes Show de dois mundos*, o *Musée des Families* Museu das famílias e a *Magasin Pitoresque* Revista Pitoresca (BRANDÃO, 2005, p. 5). Também se destacam os jornais *Amusement-Industrie*, *The International Trade Review of Leisure Equipment Technology* (*Industrie de lamusement*), revista internacional especializada em tecnologia do lazer.

Uma característica do *agenda-setting* é a tematização, cuja função é selecionar posteriormente [...] os grandes temas sobre os quais há que concentrar a atenção do público e mobilizá-la para a tomada de decisões (WOLF, 1995, p. 147). Segundo Wolf nem todos os temas ou acontecimentos são suscetíveis de tematização, somente aqueles que revelam uma importância político-social, e os mass media tematizam dentro dos limites que esses temas e acontecimentos não definem, num território que não delimitam, que apenas reconhecem.

São inúmeras as publicações voltadas à atividade turística, revistas, jornais, mala direta, outdoors, revistas de viagens, boletins informativos, jornais, catálogos de excursões organizadas, revistas especializadas (atendendo a interesses de viagens mais exclusivas) e publicações para aficionados em geral, entre outros. Ressaltando a impressão de incontáveis folheteria sobre destinos e os serviços nestes oferecidos.

No Brasil, alguns dos principais veículos (jornais e revistas) dedicados ao tema são as revistas *Viagem e Turismo*, da editora Abril, *Família Aventura*, *Próxima Viagem* e o jornal *Folha do Turismo*, no Rio de Janeiro. A revista estadunidense *National Geographic* é republicada pela editora Abril, além da extinta *Geográfica Universal*, da Bloch editores.

### 2.1.5. A pauta sobre Turismo nos jornais impressos

As editorias de turismo dos principais jornais diários brasileiros são chamadas de “Viagem” no *JB do Rio de Janeiro*, “Turismo” na *Folha de S. Paulo em São Paulo*, “Turismo” em *O Estado de S. Paulo*, “Boa Viagem” em *O Globo do Rio de Janeiro*, “Turismo” em *O Dia do Rio de Janeiro*, “Viagem” no *Zero Hora de Porto Alegre*, “Turismo” no *Estado de Minas*, “Viagem” no *Diário de Pernambuco*, “Turismo” no *Correio Braziliense*, “Turismo” na *Gazeta do Povo de Curitiba*, Turismo no A crítica de Manaus, Boa Viagem no Diário do Amazonas, Turismo no Em Tempo.

As pautas do sobre Turismo incluem a cobertura de eventos (festas, eventos típicos, folclore, cerimônias públicas, culturais ou religiosas, feiras, congressos, inaugurações de estabelecimentos), as instituições que geram produtos e fatos (hotéis, parques de diversões, agências de turismo, transportadoras, companhias aéreas, operadoras de cruzeiros), as políticas públicas para a área (ministérios, secretarias) e o dia-a-dia do setor.

Abordam temas ilimitados: museus, campismo, roteiros de viagens, preços de hotéis e passagens, excursões promovidas por empresas especializadas, novidades das companhias aéreas; como inauguração de rotas, compras de novos aparelhos e substituição de uniformes do pessoal de terra e tripulação, centros campestres, hotelaria, pesca, tábua de marés, cardápios de restaurantes,

cruzeiros marítimos, comemorações, política do turismo, reformas de aeroportos, automobilismo, dicas de viagens, como por exemplo, informações para emissão de passaportes, solicitação de vistos para o exterior, limite de dólares, o que pode ser trazido e como remeter dinheiro a quem está em outro país.

De uma forma geral encontram-se notícias, entrevistas, artigos e reportagens na maioria das vezes acompanhadas de fotos relacionadas a uma infinidade de temas pertencentes a este campo, independente do local, todos os cantos do mundo e diferentes roteiros de viagem. No caso do Brasil, o seu grande potencial turístico é sempre explorado pelo jornalismo, a maioria das matérias focaliza principalmente os atrativos da natureza em sua plenitude: aspectos da vegetação, características climáticas, recursos hídricos, biodiversidade, lugares intocados e santuários ecológicos.

No entanto, há espaço para o passado histórico que envolve determinada cidade ou região, assim como seu conjunto arquitetônico e seus aspectos culturais: festas típicas, acervo de obra de arte. A estrutura hoteleira: indicações de Resorts, Hotéis, Pousadas e Hotéis Fazenda, e gastronômica que dá suporte ao viajante é comumente mencionada e, em alguns casos, é o foco principal da matéria. Com uma certa frequência encontram-se entrevistas com pessoas ligadas aos conselhos municipais de turismo, empresários ou autoridades políticas da área.

Piovesan (2004) resume a seguinte estrutura nos jornais:

- Notícias e reportagens;
- Entrevistas; "Serviços (pacotes, previsão do tempo, dicas de agências de turismo, cursos, empregos, hotéis, restaurantes);
- Publicidade e propaganda - agências de turismo, empresas aéreas, hotéis, roteiros - rodoviários e hidroviários, roteiros temáticos e parques aquáticos são os principais anunciantes;
- Técnicas jornalísticas - algumas são utilizadas com maior frequência nesses veículos, com a utilização de infográficos e quadros com informações básicas que interessam ao turista.
- Sugestões de passeio, opções de lazer (parques, museus, balneários, clubes, acampamentos);
- Viagem e esporte (roteiros ligados a esportes de aventura);
- Viagem e estudos (programas de intercâmbio no exterior, pacotes e informações de cursos de línguas, férias e ensino médio por diversas regiões do país);

- Ecoturismo;
- Turismo de negócios (em regiões e cidades estrategicamente localizadas);
- Espaço reservado para o leitor enviar seus relatos de viagem contando como foi seu passeio.

## Capítulo 3

# Capítulo II – Turismo e Jornalismo: por uma análise do discurso jornalístico

### 3.1. Os tipos de discursos utilizados pela imprensa especializada e os discursos da “imprensa espontânea”

A imprensa especializada em Turismo é taxada na maioria das vezes como superficial, pelo fato de somente destacar o lado positivo da atividade turística, porém alguns autores afirmam ser a imprensa em geral responsável em deturpar a imagem do turismo e até desmotivar a escolha de certos destinos pelos turistas em potencial.

O discurso do Jornalismo especializado opõe-se ao discurso da imprensa em geral, no que tange à divulgação de notícias de caráter considerado negativo a respeito do Brasil. O jornalismo especializado de turismo busca atrair turistas. O jornalismo noticioso tem por objetivo divulgar fatos ou acontecimentos sociais relevantes. Certamente a imprensa cria uma imagem, mas não se pode afirmar que a Instituição Imprensa Internacional orchestra contra o País Brasil (SÁ, 2002, p. 75)

A autora realiza tal afirmação em *A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva* em relação ao que é publicado pela mídia internacional em respeito ao Brasil, esta afirma que a mídia internacional muitas vezes é responsabilizada em criar uma imagem negativa e discorda de

tal afirmativa, pois na página 75 sem dúvida, nós temos problemas sociais relevantes que devem ser sanados para atrair mais turistas. É importante também reconhecer que a imagem considerada positiva ou aquela que vem sendo usada para atrair turistas para o País, e que é utilizada pela imprensa especializada em turismo estrangeira, apóia-se em um estereótipo utilizado também pelas entidades de promoção turística da nação [...].

Swarbrooke (2002) aborda o lado negativo e positivo da mídia de viagens, e destaca a importância que esta tem na criação de uma consciência sobre as questões relativas ao turismo sustentável e pelo papel que desenvolve na formação do comportamento do turista. A mídia para este autor divide-se:

- Mídia de viagens, criada para influenciar ou aconselhar diretamente o turista;
- Mídia que não trata de viagens, mas que influencia ou aconselha indiretamente o turista, pois esse não é o seu propósito real.

Segundo Swarbrook, a mídia que trata de viagens, muitas vezes age contra os princípios de sustentabilidade, porque os programas de televisão, guias ou artigos de jornal motivam os turistas a desejarem visitar locais fora da rota comum, de modo que os impactos negativos do turismo são espalhados em novas áreas, além de indicar destinações com regimes políticos opressivos, levando-se em consideração que a maioria dos materiais produzidos são resultado de viagens pagas pelo trade turístico, e correm o risco de ser considerados subjetivos, por ser improvável qualquer tipo de ofensa às companhias que patrocinaram as suas viagens. E são poucos os programas que olham o turismo sob o ponto de vista da comunidade local, além de livros que estimulam a saturação de áreas devido a massificação do lugar.

Muitas vezes o único objetivo é vender uma imagem, antes de qualquer coisa, então se formulam conceitos e pacotes são divulgados. A informação fica em segundo plano. Piovesan em *Jornal e Turismo – um campo minado* (2004, p. 12) diz que [...] Grande parte dos cadernos de turismo é totalmente visual, com apelos e atrativos que podem levar ao consumo [...]

Raramente apresentam-se notícias. Quando ocorrem é para informar sobre dados turísticos como, por exemplo, a abertura de um novo museu, inauguração de festivais ou a implantação de melhorias de infra-estrutura para atender aos turistas. (PIOVESAN, 2004, p. 12)

Os efeitos negativos da mídia que não trata de viagens são os mais diversos, e as principais consequências desse tipo de mídia são:

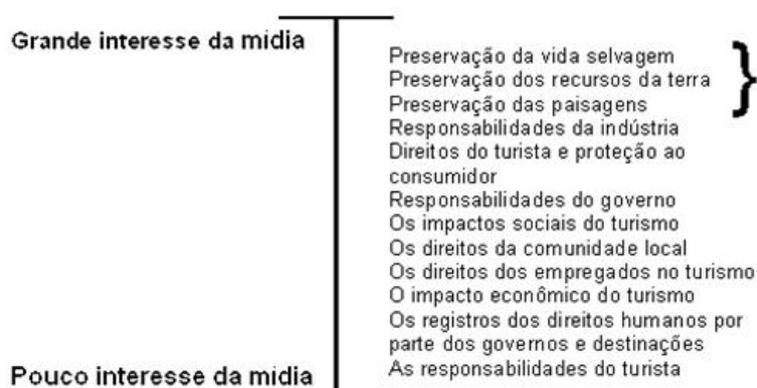


Figura 3.1: Grau aparente de interesses da mídia no turismo sustentável. (SWARBROOKE, John. 2000, p. 82).

Jornais e noticiários que relatam distúrbios civis, crimes e instabilidade política e desastres nacionais podem causar a redução em curto prazo da demanda de uma destinação, atingindo diretamente a comunidade com a redução de empregos. A forma como são relatados pode afetar a região ou o país inteiro, Swarbrook defende que a censura não deveria ocorrer, mas sugere que a mídia deveria reconhecer a responsabilidade de informar com exatidão e sem sensacionalismo.

A demanda para ecossistemas frágeis pode aumentar devido o crescimento de documentários sobre a vida selvagem, principalmente quando estes turistas sabem onde os programas ou matérias são produzidos, pode levar a uma elevação da carga que pode recair sobre o meio ambiente e a comunidade local. .

Piovesan (2005) assinalou as principais características dos jornais de turismo:

1. Utilização de releases distribuídos por agências e operadoras de turismo como notícias;
2. Construções sintáticas e discursos rápidos, artigos cada vez mais curtos, frases cada vez menores, títulos impactantes, adjetivos e palavras que, sem cerimônia, pretendem cativar o leitor através da emoção, da euforia, da fantasia e do sonho;

3. Idealização de um público com alto poder de consumo;
4. Planejamento gráfico e linguagem visual que privilegia o uso de imagens.
5. Superficialidade;
6. Monopólio da imagem;
7. Notícia e anúncio se misturam;

Outra questão levantada pelo autor é o fato de que os programas voltados para o direito dos consumidores apenas instruem sobre os direitos dos turistas, porém deixam de abordar os deveres dos turistas, levando-os a pensar que estes têm direito de receber mais do que o valor que pagaram ou criando expectativas insensatas. Dentre as principais reclamações encontram-se:

1. Ficar doente nas férias;
2. Atraso nas viagens;
3. Alterações nos itinerários;

Nos últimos anos houve um crescimento da mídia de viagens e da mídia que não trata de viagens, levaram informações para os povos do mundo sobre os mais diversos lugares do planeta, principalmente pela ascensão dos canais via satélite e pelo crescimento do utilização da *internet*. Nota-se também o surgimento de guias-alternativos os quais cobrem a maior parte de uma país, não apenas os pontos turísticos estabelecidos, estão dispostos a criticar e elogiar, chamam a atenção do turista para questões éticas, como as políticas de preservação do meio ambiente ou direitos humanos.

A mídia em geral tem grande influência sobre o comportamento do turista, então ela poderia contribuir para formas mais sustentáveis para a prática do turismo:

- Dar aos turistas conselhos objetivos sobre problemas nas destinações;
- Aumentar a sensibilização sobre os problemas sociais e as políticas do governo nas áreas da destinação.

Cláudio Magnavita, presidente da Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (ABRAJET) chama atenção em uma matéria no portal da UNB (Universidade de Brasília) sobre a necessidade de se distinguir a publicação dirigida

Mídia de viagens	Mídia que não trata de viagens
Livros-guia;	Novos programas na TV, no rádio e nos jornais;
Revistas especializadas em viagens;	Programas de interesse especial, principalmente sobre a vida selvagem;
Matérias sobre viagens em jornais e notícias;	Programas para o consumidor atento que cobrem questões relativas ao turismo;
Literatura sobre viagens, isto é, os diários de viagem e as experiências dos viajantes;	Cultura popular, que apresenta locais especiais de fácil identificação, como filmes e séries de televisão.
Páginas da internet sobre viagens.	

Tabela 3.1: Mídia que trata de viagens e mídia que não trata de viagens. Citado por (SWARBROOKE, 200, p. 80)

ao público consumidor, daquela feita para os profissionais do setor turístico. Renato Ferraz (Editor de suplementos do Correio Brasiliense) reafirma essa distinção ao destacar reportagens sobre destinos, com o claro objetivo de se oferecer ao turista opções de viagem, e nunca notícias sobre políticas de turismo. “O nascimento dos cadernos de turismo nos jornais está diretamente ligado a uma necessidade comercial”.

Brandão (2005, p. 6) defende a especialização dos Jornalistas para que estes possam evitar possíveis erros ao escrever e também a inserção de Bacharéis em Turismo para que ocorra troca de informações dentro das redações. As reportagens turísticas precisam ser muito estudadas para que se chegue a um conceito ideal para a sua produção.

Outro aspecto interessante na diferenciação das reportagens turísticas de outras é o enfoque que estas possuem. Enquanto a maioria das notícias tenta contemplar as seis perguntas do Jornalismo, chamado *lead* (quem, quando, onde, como, porque e o que) as reportagens em turismo enfocam principalmente o onde (destino ou linha aérea, por exemplo) e o porquê (que está envolvido com a promoção e com o produto). (BRANDÃO, 2005, p. 7–8)

Existe uma grande dificuldade na produção das matérias sobre turismo, pois é importante, sempre que necessário, realizar viagens aos locais que geram

pauta. Como é muito dispendioso, cada vez mais as reportagens têm sido feitas à distância, com a apuração do repórter realizada dentro da redação, por telefone, internet ou na maioria das vezes, com a compra de matérias de agências de notícias.

### **3.1.1. Contextualização dos jornais A crítica e Diário do Amazonas durante o mês de Outubro de 2007**

Os jornais A crítica e Diário do Amazonas possuem edições diárias compostas pelas seguintes Editorias e Suplementos:

#### **A crítica:**

O jornal A Crítica foi fundado no dia 19 de Abril de 1949 sob a presidência de Umberto Calderaro Filho, data na qual foi publicada o que é tida como a primeira edição do jornal, a de número 130, neste número por meio de uma pequena nota que informava o retorno do jornal após 30 meses de paralisação.

- Editorias e Suplementos: Brasil, Bem Viver, Classificados, Cidades, Economia, Esportes, Jornal da Família, Mundo, Opinião, Política, Revista da TV, Turismo, Últimas, Veículos. O Jornal A crítica circula diariamente de Segunda a Domingo com números variados de páginas entre 34 e 100, e com 4 a 11 cadernos, aumentando geralmente aos Domingos, com a inclusão de suplementos, no caso do Revista da TV, Jornal da Família, Veículos e uma página de Turismo, sendo que há também publicação de cadernos especiais em datas comemorativas, como ocorreu com a comemoração do aniversário de Manaus no dia 24 de Outubro.

#### **Diário do Amazonas:**

Lançado em 15 de março de 1986 o jornal Diário do Amazonas surge sob a presidência de Cassiano Anunciação, tem na direção de redação, Wilson Nogueira, e editor, Hudson Braga, com 32 páginas nos dias úteis e 68 páginas aos domingos.

- Editorias e Suplementos: Boa Viagem, Blitz, Brasil, Cidades, Clássílder, Economia, Lance, Mundo, Política, Revista D, Últimas.

O Jornal Diário do Amazonas circula diariamente de Segunda a Domingo com números variados de páginas entre 40 a 116 páginas, e com 9 a 11 cadernos, que aumentam geralmente nos finais de semana com a inclusão da Revista D e do caderno de Turismo "Boa Viagem". Sendo que

há edições de cadernos especiais como, por exemplo, do que foi publicado no dia do aniversário da Cidade de Manaus no dia 24 de Outubro.

### **3.1.2. Jornalismo comparado, análise de conteúdo jornalístico**

Das 62 edições referentes aos jornais A Crítica e Diário do Amazonas coletadas durante o mês de Outubro de 2007, foram selecionadas notícias sobre os mesmos fatos ocorridos publicadas em datas iguais e notícias que possuem temas semelhantes para que fossem analisados os seus conteúdos, das mesmas editoriais dos dois jornais.

A análise foi realizada com base técnica na análise de conteúdo (AC), tal técnica se aplica na análise de informações por meio de coleta de dados, substanciadas em documentos e textos escritos ou qualquer comunicação (oral, visual, gestual) reduzidas a textos ou documentos.

Bardin (1977, p.31) atenta para a dificuldade de se compreender a AC como um método uniforme, e não como um instrumento.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações [...] um leque de apetrechos; ou com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações.

O estudo da construção do discurso jornalístico em sua interação com o projeto gráfico do jornal apresenta uma variedade de elementos que permitem identificar, embora o discurso jornalístico utilize essencialmente a linguagem referencial para atingir seu objetivo informativo, posicionamentos ideológicos e até mesmos juízos de valor.

Segundo Faria, uma das formas implícitas de ideologizar as matérias é o uso de fotos em contraste ou complementação ao texto e a substituição de certas palavras por outras podem tornar o título mais agressivo ou amenizar o teor da notícia.

Quando o jornal não quer estampar manchetes contundentes ou abertamente críticas, para não evidenciar demais a posição do periódico, o uso do fotojornalismo é um complemento indispensável ao não – dito pelas palavras (Faria, 2001, p. 201)

Motta afirma que alguns assuntos aparecem e permanecem no noticiário por curtos ou longos períodos consecutivos, outros surgem, se interrompem por alguns dias, semanas ou meses e voltam novamente ao noticiário mais

adiante, diz ainda que as notícias diárias são fragmentos dispersos e descontínuos de significações parciais. As notícias diárias são fragmentos desconexos de sentido, dificilmente contam uma história completa, as notícias são assim, fragmentos dispersos e descontínuos de significações parciais. No caso das notícias analisadas dos jornais A Crítica em alguns casos observa-se essa descontinuidade:

É na interpretação imaginativa do leitor, ouvinte ou telespectador que a narrativa jornalística ganha narratividade e consistência, ganha contornos morais e éticos, reconfigura histórias significativas independente da identidade, das qualidades intrínsecas, modos e estilos do texto. (Motta, 2005, p. 13)

O jornalismo por meio de imagens e texto motiva os leitores a transcenderem as determinações históricas e os imaginários afetivos, experimentam experiências emocionais profundas.

O referencial se esvaece e pode acontecer uma fuga transitória dos receptores do mundo da vida para mundos simbólicos e míticos. Nesses casos, a notícia realiza-se não apenas como uma ocorrência cognitiva, mas como uma experiência estética ou emocional profunda. (Motta, 2005, p. 14)

### 3.1.3. Os mesmos fatos, diferentes jornais e discursos

#### MUNDO, 5 de Outubro de 2007



Figura 3.2: A Crítica–Antonov cai em bairro e mata 23 ocupantes e 15 moradores

Na Editoria Mundo, no dia 5 de Outubro de 2007, foi noticiada a seguinte manchete no jornal A Crítica: Antonov cai e mata 38 em Kinshasa, a matéria

da Agência de notícias AFP (France Press) localiza-se na parte superior da página, o avião Antonov tratava-se do maior avião comercial existente até a chegada do A380 da Airbus. Na matéria ressalta-se o número de mortos que segundo a agência de notícias era de vítimas fatais: 38 pessoas e de feridos 30 pessoas.

A aeronave havia caído sobre casas de um bairro popular do Congo e há uma divergência quanto ao número de mortos que segundo o Ministério de Assuntos Humanitários da República do Congo: viajavam no avião além dos três tripulantes, 20 passageiros, todos mortos devido ao acidente e que outras 15 haviam ficado feridas, na matéria o termo provavelmente reforça a divergência dos dados: provavelmente habitantes onde o avião caiu, em Kinbaseke, uma comunidade bastante povoada.

O texto do *A Crítica* é ilustrado com uma pequena foto escurecida onde a multidão observa o local da queda do avião entre escombros e poeira, logo a frente dois homens conversam de costas para o cenário; um com os braços cruzados e o outro cabisbaixo com as mãos na cintura, outros dois homens conversam, um deles aponta o braço na direção da multidão enquanto um homem com camisa laranja com a mão posta sobre o peito presta atenção no que o outro fala. A foto tem a seguinte legenda *Moradores de Kinbaseke, bairro onde caiu o Antonov 26, ainda da época da URSS.*

No *Diário do Amazonas* o mesmo fato é noticiado com o seguinte título *Avião cai e mata 38 em Kinshasa*, e a divergência quanto aos números é menor matando 38 pessoas e deixando mais de 30 feridas explicitado logo no primeiro parágrafo, porém no terceiro parágrafo é dito também que 15 pessoas que estavam no solo também haviam morrido. Também localizada na parte superior da página, a matéria ocupa quase metade do espaço.

Já na matéria do jornal *Diário do Amazonas* também há foto, porém maior e com a seguinte legenda *Helice Socorristas trabalham em meio aos destroços do Antonov onde se pode verificar um homem abaixado entre os destroços com as duas mãos unidas em forma de concha, provavelmente juntando algo que estava no chão*, na matéria do *Diário do Amazonas* o foco é dado principalmente ao problema da aviação comercial do Congo A Associação Internacional de Transporte Aéreo inclui o Congo num grupo de países africanos que são uma vergonha para a indústria aérea mundial [...] apenas uma companhia do país; a *Hewa Bora*, que voa de Kinshasa a Bruxelas, na Bélgica, foi liberada.

São manchetes com o mesmo tema e títulos e manchetes parecidos, porém com abordagens distintas, enquanto o *A Crítica* fixou-se no acidente em si, no discurso trágico, ficando apenas implícito que a situação sobre a aviação no Congo era ruim devido ao uso de aviões antigos da época da União Soviética



Figura 3.3: Diário do Amazonas—“Avião cai e mata 38 em Kinshasa”

como indica a legenda da foto Moradores em Kimbaseke, bairro onde caiu o Antonov 26, ainda da época da URSS, o Diário do Amazonas aprofundou-se citando o risco constante que existe em ocorrer acidentes aéreos no Congo devido aos problemas estruturais na aviação civil do país.

**ECONOMIA, 5 de Outubro de 2007**



Figura 3.4: A Crítica—“Presidente da Fiesp busca parcerias”

Na Editoria Economia, no dia 5 de Outubro de 2007 do jornal *A Crítica* lê-se a seguinte manchete: Presidente da Fiesp busca parcerias com um chapéu AMAZÔNIA FLY-IN e sutiã: Paulo Skaf chega a Manaus hoje para participar de rodadas de negócios. Ele também procura apoio ao movimento contra a CPMF, matéria assinada por Cláudia do Valle. O foco da matéria é a participação do Presidente da Federação e do Centro das Indústrias do Estado Paulista (Fiesp/ Ciesp), Paulo Skaf no evento 1º Amazônia Fly-In cujo objetivo foi buscar oportunidades nos setores têxtil, agrobussiness, construção, turismo e mineração. O projeto tratará, também da criação de novas linhas aéreas para o Norte.

A matéria indica que o tema foi o evento Amazonas Fly In, mas que o foco era também político uma vez que o presidente da Fiesp/Ciesp está em cruzada pelos Estados nortistas liderando o movimento anti-CPMF.

Por último é ressaltado o aspecto turístico do evento Mais do que futuros e bons negócios, a programação do Amazônia Fly-In vai mostrar as belezas turísticas de Manaus. Com exceção dos workshops de construção civil, indústria têxtil, agrobussiness e piscicultura, e mineração, hoje, a partir das 19h, e da palestra proferida por Eduardo Braga à bordo do barco Hélio Gabriel, amanhã, às 13h, todo o restante do programa será para conhecer a cidade e projetos como o CIGS, Barco Escola Samaúma e Encontro das Águas.

Ilustrada por uma foto do presidente da Fiesp, semblante sério, com a mão erguida em direção ao rosto e com os dedos polegar sobre o indicador enquanto olha de relance para trás, com a seguinte legenda Paulo Skaf vai lançar projeto para intensificar negócios entre Sudeste e Norte.

A mesma pauta é abordada pelo Diário do Amazonas na mesma data cujo chapéu é TURISMO e a manchete: Oferta de vôos é debatida no Fly-In , diferente do *A Crítica* que foca o tema político e econômico do evento, logo no primeiro parágrafo no Diário do Amazonas em matéria não assinada faz-se menção a oferta de vôos para o Amazonas A ampliação da oferta de vôos para Amazonas com a ampliação da malha aérea será o tema central do evento Fly-In, que será aberto hoje à noite.

O tema Turismo teve bastante destaque na matéria como se pode observar: [...] O objetivo também é dar condições para a captação de novos investimentos no segmento de turismo da Amazônia capaz de promover o desenvolvimento sustentável na região da maior floresta tropical do mundo [...] O Fly-In vai discutir ainda incentivos fiscais para empresários que pretendem explorar esse tipo de turismo no Amazonas.

A matéria é fechada com o subtítulo CPMF Paulo Skaf aproveita sua vinda



Figura 3.5: Diário do Amazonas—“Oferta de vôos é debatida no Fly-in”

aos estados da região para obter adesões contra a continuidade da Contribuição Provisória sobre a Movimentação Financeira (CPMF).

A matéria do Diário ocupa a parte inferior da página com uma foto ilustrativa do lado direito da página nas duas primeiras colunas da matéria onde é possível observar o presidente da Fiesp sorridente, sob a legenda Apoio Presidente da Fiesp, Paulo Skaf, faz campanha contra a CPMF.

### BRASIL, 5 de Outubro de 2007

Com a manchete: Juizados especiais funcionam em cinco aeroportos do País, e o chapéu DIREITOS DE PASSAGEIROS, o jornal A Crítica noticia a criação de fóruns especiais para atendimento de queixas de passageiros que sofreram os seguintes danos cancelamentos de vôos, falta de hospedagem, alimentação e informação, informações inidôneas e perda ou extravio de bagagem.

A matéria é procedente da Agência Estado (AE) e discorre sobre a criação desses juizados e sobre a assistência gratuita a que os passageiros brasileiros ou estrangeiros podem solicitar dos juizados instalados nos aeroportos de Congonhas e Cumbica, em São Paulo e Guarulhos; Santos Dumont e Juscelino Kubitschek, em Brasília.

O sutiã da matéria Fóruns funcionam até o final de janeiro, no entanto, poderão ser prorrogados em caso de necessidade.

Na parte superior da página onde se encontra a matéria percebe-se um recurso bastante utilizado pelo jornal A Crítica, o destaque, uma pequena caixa onde informações históricas ou factuais acrescentam-se ao texto da matéria. Neste destaque havia a informação: Três funcionários do Aeroparque Jorge Newbery, em Buenos Aires, Argentina, foram detidos ontem em flagrante quando abriam malas para furtar objetos. Os empregados das empresas Aero-hangling e Haas foram presos por tentativa de furto.



Figura 3.6: Diário do Amazonas - “Juizados especiais funcionam em cinco aeroportos do país”

A matéria enfatiza a importância do uso dos juizados especiais nos aeroportos brasileiros quanto a solução entre as partes, por meio de conciliação no mesmo dia em que o problema ocorrer, verifica-se no box Conciliações reduzirão processos uma entrevista com a presidente do Supremo Tribunal Federal, Ministra Ellen Gracie [...] Teremos sempre presente um representante da companhia a quem vai ser colocada a questão que não foi resolvida no balcão. Este preposto terá poderes suficientes para resolver ali mesmo a demanda. [...] A idéia de trazer os juizados conciliatórios é a de trazer a paz social.

A matéria é ilustrada com uma foto média onde se encontram reunidos em volta de uma grande mesa onde se encontra sentada a cabeceira a ministra do Supremo Tribunal Federal, Ellen Gracie com as mãos postas sobre um papel enquanto olha em frente, rodeada por outras pessoas durante reunião sobre implementação dos juizados especiais nos aeroportos de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, com a seguinte legenda Ministra Ellen Gracie comanda reunião sobre implementação de juizados especiais nos aeroportos de Brasília, SP e RJ. A foto ilustra que uma reunião de fato aconteceu sobre a implementação dos juizados especiais em alguns aeroportos brasileiros.

O jornal Diário do Amazonas dá outro foco para o fato, com a manchete Lula cria secretaria para Solange Vieira, em geral, trata-se da reestruturação

que o Ministro da defesa Nelson Jobim tentava fazer na Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) e da sua tentativa de afastar o então diretor da Anac, Milton Zuanazzi à época, que afirma Solange será indicada no momento em que o presidente Zuanazzi se retirar.



Figura 3.7: Diário do Amazonas - “Lula cria secretaria para Solange Vieira”

Discorre sobre a criação de uma secretaria especial de Aviação Civil que foi criada para controlar com mão de ferro o sistema de aviação civil do país.

Somente no intertítulo da matéria que o assunto sobre os julgados especiais é abordado, com o seguinte título: Aeroportos brasileiros ganham julgados especiais, localizada na metade do rodapé da matéria principal.

Diferentemente do A Crítica, o Diário do Amazonas utilizou uma declaração do Ministro do Supremo Tribunal de Justiça: A presença da Justiça visa solucionar um problema emergencial de crise, para dar fim ao descalabro e trazer a paz social aos aeroportos num momento em que a sociedade reclama da falta de informações das empresas privadas e a omissão do poder público. O entrevistado no Diário do Amazonas é diferente do A Crítica, mas ambos utilizam o mesmo discurso sobre a paz social.

A matéria teve incluídas no seu texto um infográfico que explica o fun-

cionamento dos juizados especiais nos aeroportos escolhidos, e uma foto grande da Secretária de Aviação Civil, seguida pela seguinte legenda Aviação Economista Solange Vieira vai dirigir 3 departamentos na SAC. A foto faz menção que foi tirada durante alguma entrevista concedida por Solange Vieira, pois esta está com os lábios entreabertos e gesticula com as mãos sobre a mesa de um gabinete.

### BRASIL, 15 de Outubro de 2007



Figura 3.8: A Crítica - Mais de 2 milhões de fiéis no Círio

O jornal A Crítica no dia 15 de Outubro noticiou o Círio de Nazaré como uma manifestação de fé do povo paraense, com a manchete: Mais de 2 milhões de fiéis no Círio, cujo chapéu era BELÉM DO PARÁ, e o sutiã: Pela primeira vez, a procissão passou por dez paróquias de Belém. A corda foi dividida em cinco estações, cada uma com 350 m.

A matéria do A Crítica procede do Portal G1 da Globo com foco no acontecimento religioso, logo no primeiro parágrafo: [...] considerada a manifestação de fé e devoção com mais representatividade no mundo católico. Nossa Senhora de Nazaré é padroeira do povo paraense e a Rainha da Amazônia.

O texto principal discorre sobre a programação do evento e faz uma contextualização histórica sobre a história da corda que é utilizada na procissão desde 1855: Em 1855, a berlinda onde era transportada a imagem de Nossa Senhora de Nazaré ficou presa no solo cheio de lama e os animais que puxavam não conseguiam andar. A população local, então, emprestou uma corda para desatolar a imagem e seguir com o Círio de Nazare [...] Desde esse dia, a corda passou a substituir os animais.

Na foto agregada ao texto, observa-se um homem no meio de outras pessoas carregando uma miniatura de barco, com o nome de O pagador de promessas, este dá a impressão que percebeu o instante em que estava sendo fotografado, segue-se a legenda: Devoto de Nossa Senhora de Nazaré paga promessa carregando na cabeça uma miniatura de um barco de recreio. O mesmo fato noticiado pelo jornal Diário do Amazonas, com a manchete Círio de Nazaré reúne 2 milhões de fiéis, porém com o subtítulo: RELIGIOSIDADE do Pará será divulgada no exterior, disse a ministra do Turismo, Marta Suplicy.



Figura 3.9: Diário do Amazonas - “Círio de Nazaré reúne 2 milhões de fiéis”

Nesta matéria o aspecto turístico quanto a religiosidade da procissão são explícitos, logo no primeiro parágrafo foi inserida a declaração de um turista: “Para quem acompanhou as homenagens à Nossa Senhora de Nazaré desde cedo, como o turista pernambucano José Orlando Costa, de 48 anos, o sentimento era um só: É uma bênção divina isto aqui. Não tem nada igual”.

A ministra do Turismo, Marta Suplicy que esteve presente na procissão também deu declarações que foram publicadas na matéria: “Estamos investindo e vamos investir ainda mais no turismo religioso”.

Após a matéria principal, na mesma matéria com o subtítulo “Sacrifícios”, foram abordados os esforços que cada romeiro fez para acompanhar a procissão, assim como o esquema de segurança e socorro dos devotos: “Havia gente carregando cruz de madeira nos ombros. Outros, seguiam o trajeto de joelhos. Muitos, preferiam gestos mais discretos, mas carregados de fé e solidariedade, como amenizar o calor dos romeiros distribuindo garrafas com água mineral [...] Cerca de 202 mil homens de Exército, Marinha e Aeronáutica, além da Polícia Militar, tiveram trabalho para garantir a segurança dos devotos [...] poucos acidentes e tentativas de furto foram registrados”.

A foto da matéria retrata a multidão, do alto seguindo a santa em procissão, com a legenda: “Devoção Multidão acompanha a tradicional romaria católica em Belém, que percorreu durante seis horas as principais vias do centro da capital”.

Ambos jornais tiveram abordagens diferentes sobre a procissão, o jornal A Crítica registrou a religiosidade e a programação do evento, assim como o seu aspecto histórico. Entendê-lo por outro viés, como o do Turismo, já foi uma

opção do Diário do Amazonas, que por meio da matéria não assinada mostrou o Círio de Nazaré tanto como uma manifestação religiosa, como um atrativo turístico.

### **CIDADES, 16 de Outubro de 2007**

Com a manchete: “Obras do mercado suspensas novamente”, e com o subtítulo da matéria: “Após questionamento do Iphan, cuja direção é de partido aliado do prefeito, Justiça embarga obra do Adolpho Lisboa”, a matéria assinada por Paulo André Nunes fala sobre a polêmica da restauração do Mercado Municipal Adolpho Lisboa, de responsabilidade da Prefeitura de Manaus e que teve as obras embargadas pelo Iphan devido a substituição do piso original por outro material.

Como se pode observar na matéria, o jornal ressaltou as causas e o embate entre a Prefeitura e o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: “No último dia 11, o Iphan por meio de seu superintendente Bepi Sarto Neves Cyrino, 48, filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT), da base aliada ao Prefeito Serafim Corrêa, havia embargado extrajudicialmente a obra. A justificativa era a “falta de entendimento” do piso colocado. A prefeitura decidiu manter a obra [...]”.

No intertítulo, PRIMEIRO EMBATE é feita uma retrospectiva rápida de que essa não foi a primeira vez que alguma obra da Prefeitura havia sido embargada: “Em setembro deste ano uma notificação do Iphan determinou a paralisação imediata das obras das adutoras – cerca de 38 quilômetros dentro do Plano de Expansão da Rede de Distribuição de Água da cidade, para realização de levantamento arqueológico [...]”.

Outro recurso utilizado na matéria foram três boxes com os seguintes títulos e conteúdos: “Importado e *art nouveau*”, onde foram escritos aspectos históricos nos quais o Mercado foi construído; uma busca rápida, outro recurso que o A Crítica sempre utiliza em suas matérias, com a informação de que a Prefeitura havia cobrado o documento “Habite-se” do prédio que sedia o Iphan no Amazonas acrescenta que a Secretaria Municipal de Comunicação havia negado qualquer retaliação contra o Iphan.

Uma entrevista com um arquiteto da obra do Mercado, Almir de Oliveira, onde expõe seus comentários acerca da restauração do prédio, faz menção às recomendações quanto as obras de restauração de patrimônios: “[...] é um equívoco achar que estamos descaracterizando o monumento, ainda mais com o projeto aprovado pelo Iphan. Estamos, na verdade, adequando ele à sua função quanto mercado. Cartas patrimoniais, como a de Veneza [...] dizem que as intervenções nos monumentos devem trazer a marca do seu tempo”.



Figura 3.10: - A Crítica - “Obras do 'Mercadão' suspensas novamente”

E acrescenta: “[...] as venezianas colocadas aqui em volta não precisam ser de ferro. Se elas fossem de um material mais leve, elas cumpririam o mesmo papel e estariam registrando aqui as suas marcas da temporalidade em que estão se inserindo. A tecnologia e o uso do mercado eram diferentes antigamente [...]”

Nesta matéria são utilizadas duas fotos onde no primeiro plano é possível ver a obra do mercado e o piso que foi retirado empilhado, seguidos pela legenda: “Na medida cautelar, os pavilhões laterais, o entorno do Mercado são considerados pontos controvertidos”.

Abaixo da legenda da primeira foto segue-se outra foto onde se vêem o oficial de justiça responsável pelo embargo da obra conversando com um engenheiro ou arquiteto responsável pela obra, com a seguinte legenda Oficial de justiça, Paulo Lemos (de paletó) esteve no final da manhã no ‘Mercadão’ oficiando o embargo das obras.

Com a manchete “Justiça Federal embarga obra do Mercado”, matéria assinada por Auriane Carvalho, o Diário do Amazonas noticia o embargo da obra de restauração do Mercado Municipal Adolpho Lisboa e o subtítulo da matéria: “RESTAURAÇÃO do Adolpho Lisboa foi suspensa ontem, após Iphan entrar com pedido de liminar”.

O jornal Diário do Amazonas deu ênfase ao descumprimento do embargo da obra do mercado emitido pelo Iphan, que em virtude da desobediência da Prefeitura, entrou com um mandado expedido pelo Tribunal Federal Regional para embargar a obra: “A decisão com força de mandado, segundo o processo 2007.032. 00. 007449-0, tem como causa o descumprimento do prefeito Serafim Corrêa diante do embargo administrativo lavrado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), na última quinta-feira”.

No texto da matéria do Diário do Amazonas, diferente do A Crítica, inclui uma declaração do Superintendente do Iphan, Berpi Sarto Neves Cyrino: “A ação foi movida porque o Prefeito Serafim Corrêa passou por cima da decisão do Instituto. Ele (Serafim) deveria ter buscado os meios legais para contestar a decisão do Iphan e não agir como agiu. Não queremos prejudicar o trabalho de restauro, mas garantir a preservação do Mercado”.

Dois intertítulos fecham a matéria em seu rodapé, o primeiro “Serafim acusa articulação política”, neste trecho da matéria trata-se de uma entrevista concedida ao jornal na qual o Prefeito de Manaus acusa a ação do Iphan de “articulação política”, e segundo o jornal o prefeito afirmou: “Nós queremos fazer o mesmo trabalho que a ex-prefeita Martha Suplicy fez em São Paulo. Então, o Iphan não permite que seja modificado o piso em São Paulo e em Manaus não?”.



Figura 3.11: Diário do Amazonas - “Justiça Federal embarga obra do Mercado”

E encerra: “Desde 2001, a prefeitura dispõe de recursos para fazer o restauro do mercado, mas devido a várias intervenções do Iphan não foi iniciado [...] O Iphan não pode embargar a obra da prefeitura. Se for o caso, eu vou cobrar do instituto o alvará de funcionamento e o Habite-se”.

No rodapé da página segue o seguinte intertítulo: “Semdurb notifica Iphan a apresentar Habite-se”, na foto, o Prefeito Serafim mostra o documento em que o Iphan pede a paralisação da restauração do mercado. Na matéria que se segue há a informação de que a Prefeitura cobrou e deu um prazo de 48 horas para que o Instituto apresentasse a documentação do prédio, seguida pela declaração do Superintendente do Iphan que diz: “É incrível a prefeitura pedir um documento de uma casa que tem mais de 100 anos. No entanto enviamos o comunicado a Brasília e estamos providenciando todas as exigências apresentadas pela prefeitura”.

Na parte superior da página há duas fotos; uma maior onde o Prefeito Serafim é fotografado e cercado pela imprensa em meio as obras e o piso empilhado do Mercado e ao lado direito da foto há uma fotografia menor do Superintendente do Iphan, este toca as pedras do piso que estão empilhadas com um semblante de preocupação.

Lembrando que no A Crítica a informação publicada sobre a possível retaliação da Prefeitura contra o Iphan teve como fonte a Secretaria de Comunicação que desmentiu esta possibilidade. No A Crítica as questões políticas tiveram tanto espaço quanto as implicações de uma restauração em um patrimônio como o Mercado Adolpho Lisboa.

## **Capítulo 4**

# **Levantamento sobre a frequência e tipos de matérias publicadas pelos jornais A Crítica e Diário do Amazonas**

### **Quantidade de matérias publicadas sobre Turismo e/ ou relacionadas com o tema, nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007**

Conforme o gráfico 1, a quantidade de matérias publicadas no jornal A Crítica sobre Turismo ou relacionadas com o tema, verifica-se que a maior quantidade de matérias referentes ao tema turismo é publicado na editoria “Cidades” (26), pois este caderno está relacionado com fatos que ocorrem na Cidade de Manaus e outros municípios do Estado do Amazonas.

Não obstante, observa-se que as Editorias: “Opinião” (1), “Economia-Últimas” (1), “Veículos” (1), contemplam poucas matérias sobre turismo, pois não é convencional a publicação deste tipo de informação nestas editorias, principalmente em Veículos que tem como tema principal o lançamento de carros e outros automóveis, com exceção do dia 6 de Outubro de 2007, quando foi publicada uma matéria sobre o lançamento de um microônibus que é ideal para transporte turístico, neste caso verifica-se a presença de uma matéria que é relacionada ao Turismo, mas não diretamente.

Em “Economia – Últimas” ocorreu a junção de duas seções na mesma página o que reduziu bastante o espaço e número de notícias. No caso de

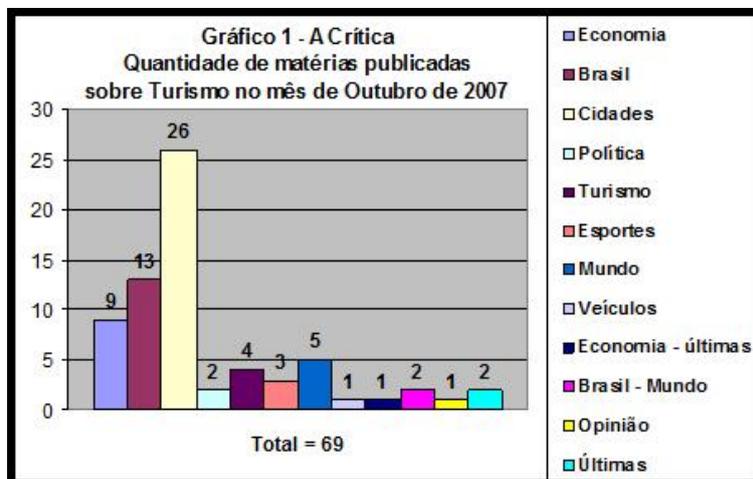


Figura 4.1: Gráfico 1

“Opinião” esta é uma seção que pertence ao Editorial do jornal, ou seja um texto, ou pequenas notas, também chamado de artigo de fundo que representa a opinião do jornal ou revista, algumas vezes este não é assinado e antecede todos os outros cadernos da publicação.

As editorias que permaneceram em uma média semelhante “Brasil” (13), “Economia” (9), “Turismo” (4), “Esportes” (3), “Mundo” (5), “Brasil – Mundo” (2) e “Política” (2) obtiveram razoáveis números de matérias publicadas, “Economia” aproximou-se de “Turismo”, sendo que é importante lembrar que “Turismo” somente aparece nas páginas do jornal A Crítica aos Domingos e “Economia” em algumas edições foi mesclada com “Últimas”.

Conforme o gráfico 2, a quantidade de matérias publicadas no jornal Diário do Amazonas sobre Turismo ou relacionadas com o tema, verifica-se que a maior quantidade de matérias referentes ao tema Turismo é publicada na Editoria “Brasil” (36), cujos conteúdos abordam fatos que atingem o país inteiro, principalmente no que compete para matérias factuais: acidentes envolvendo turistas, crimes e punições, o que pode ser também chamado de polêmico, em pequenas notas (tópico 3.4, página 74). A crise aérea e os aeroportos brasileiros estiveram freqüentemente presentes nas diversas mídias e não foi diferente com o jornal Diário do Amazonas durante o mês de Outubro de 2007, e uma característica específica da Editoria “Brasil” é a continuidade dos casos.

Quanto às matérias que receberam menos destaque encontram-se as Editorias de “Política” (1) e “Fala Leitor” (1), a primeira Editoria não registrou em suas páginas outros fatos que pudessem estar relacionados com o Turismo



Figura 4.2: Gráfico 2

e “Fala Leitor” é uma seção destinada a reivindicações ou notas dos leitores localizada do Editorial do Jornal.

As Editorias: “Boa Viagem”(34) com seu caderno de Turismo circula apenas aos Domingos e contém 8 páginas com reportagens sobre destinos turísticos no Brasil e exterior, e matérias sobre políticas de Turismo, “Economia”(21) deu-se atenção, principalmente às medidas econômicas sobre Turismo, associações, feiras e companhias aéreas; “Últimas” (20) agregou informações que poderiam ser postas na Editoria de Cidades ou Política, “Cidades” (13) concentrou as notícias locais, “Mundo”(10) fatos internacionais e “Claro e Escuro” (2) que faz parte do Editorial.

#### **Considerações: Comparação entre os jornais A crítica e Diário do Amazonas, sobre a quantidade de matérias sobre turismo publicadas**

O Turismo no mês de Outubro de 2007 representado nas páginas do Jornal A Crítica e Diário do Amazonas teve espaço em praticamente todas as Editorias, tanto por meio de notas ou matérias, apesar de não se referirem diretamente ao termo “Turismo”. Em algumas situações o termo Turismo foi apenas o coadjuvante para situações que podem acontecer nas diversas áreas ligadas ao Turismo e pelas quais pode sofrer influências, como nas páginas da Editoria Brasil, Política, Economia e Últimas, é possível perceber uma complementação dos fatos. Independente da quantidade de matérias.

Os jornais não coincidiram em grande parte com as mesmas notícias, tudo o que foi publicado está bem disperso nas páginas dos jornais, principalmente no A Crítica, mas algumas Editorias poderiam ter sido mais organizadas quanto

a localização dos seus temas, como no caso do Diário do Amazonas que pôs em “Cidades” algumas matérias que poderiam estar em “Brasil” e em “Política” algumas notícias que estavam na editoria “Últimas”.

#### 4.0.4. Os tipos de matérias publicadas pelos cadernos culturais nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007

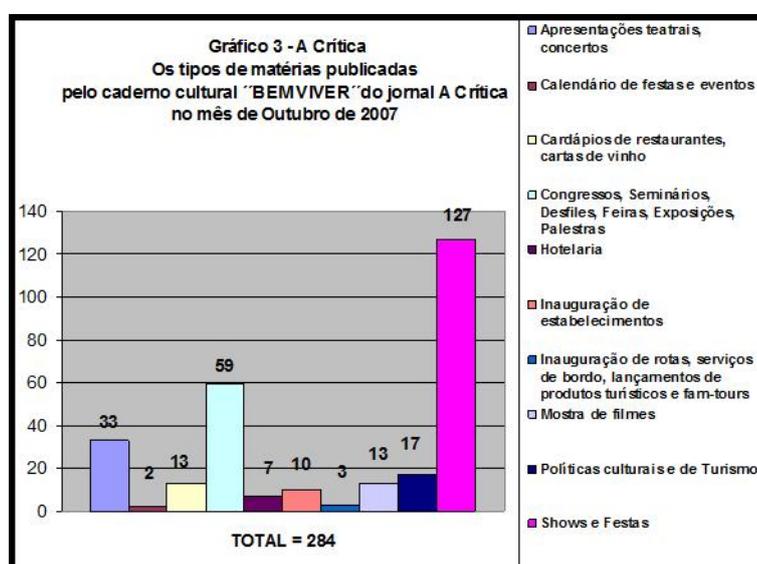


Figura 4.3: Gráfico 3

De acordo com o gráfico 3, os tipos de matérias publicadas pelo caderno cultural “Bem Viver” do jornal A Crítica, verifica-se que a classificação Shows e festas (127), representa o maior quantitativo, pois sempre há muitos shows na cidade e nesta classificação foram incluídos todos os eventos da cidade, incluindo as festas que foram organizadas por casas de show e boates.

Em menor número na classificação Inauguração de rotas, serviços de bordo lançamentos de produtos turísticos e fam-tours (3); Calendário de festas e eventos (1). A maioria por meio de notas publicadas em colunas sociais.

Uma outra diversidade de pequenos textos e notas sobre Congressos, Seminários, Desfiles, Feiras, Exposições e Palestras (59), seguido de Apresentações teatrais e concertos (33); Políticas Culturais e de Turismo (17), Mostra de filmes (13), Cardápios de restaurantes e Cartas de vinhos (13), Inauguração de Estabelecimentos (10) e Hotelaria (7).

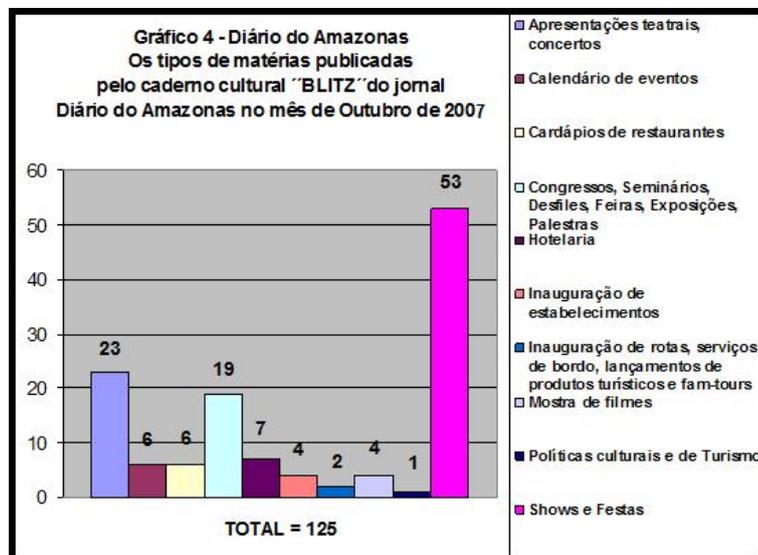


Figura 4.4: Gráfico 4

O gráfico 4, demonstra que o caderno cultural "Blitz" do jornal Diário do Amazonas possui mais notícias sobre Shows e Festas (53). O valor decresceu em relação ao jornal A Crítica devido à maneira como o Diário aborda os eventos nas páginas da "Blitz", geralmente com matérias extensas.

Em menor destaque seguem: Serviços de bordo e Fam-tours (2) e Políticas Culturais e de Turismo (1).

Dentre outras categorias: Apresentações teatrais e concertos (23), Congressos, Seminários, Desfiles, Feiras, Exposições e Palestras (19), Hotelaria (7); Cardápio de restaurantes (6), Calendário de Eventos (6), Inauguração de Estabelecimentos (4), Mostra de filmes (4), Inauguração de rotas, serviços de bordo, lançamento de produtos turísticos e Fam-tours (4).

#### **Considerações: Comparação entre os jornais A crítica e Diário do Amazonas, sobre os tipos de matérias publicadas pelos cadernos culturais**

As matérias sobre Turismo divulgadas pelos cadernos culturais não têm uma característica factual, atuam como promotoras e divulgadores dos eventos que ocorrem na cidade, os factuais ficam limitados a pequenas notas, principalmente nas colunas sociais, que se misturam a festas particulares e festas temáticas em boates. Como se pode observar em ambos os jornais é predominante o número de festas, algo que foi bastante observado é a repetição das

notas em espaços diferentes tanto no jornal A Crítica quanto no Diário do Amazonas, não se observa uma continuidade, ou seja, o acompanhamento do evento durante seu preparatório e o pós-evento em algumas situações.

O A Crítica mantém apenas uma página de Turismo no caderno “Bem Viver” que é publicada aos Domingos e o Diário do Amazonas possui um caderno de Turismo com oito páginas, porém com matérias provenientes na maioria de Agências de notícias, as notinhas que ficam espalhadas durante a semana na “Blitz” poderiam ser melhor aproveitadas nas páginas do “Boa Viagem”, caderno de Turismo do Diário do Amazonas.

#### 4.0.5. Quantidade de fotos utilizadas nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas em cada editoria durante o mês de Outubro de 2007

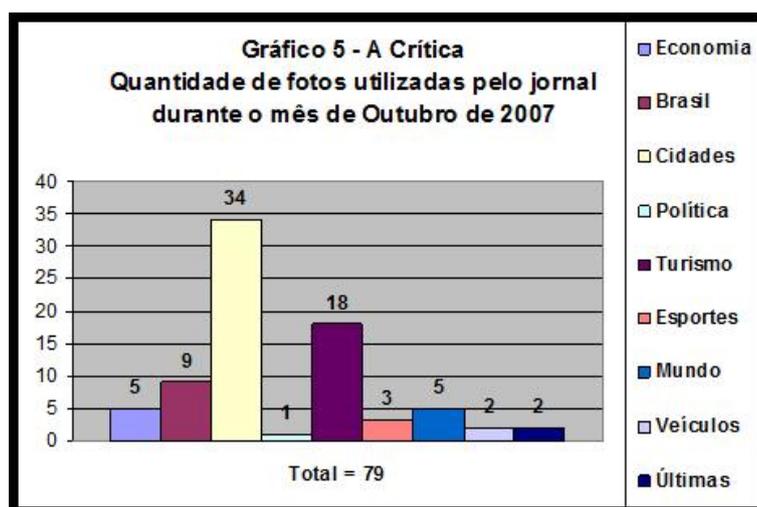


Figura 4.5: Gráfico 5

O gráfico 5 apresenta a quantidade de fotos utilizadas pelo jornal A Crítica em cada editoria no mês de Outubro de 2007, sendo que “Cidades” utilizou 34 fotos nas 26 matérias publicadas, com temas sempre locais. A Editoria publicou matérias com profundidade, principalmente ilustradas, com assuntos ligados à proteção das cidades. As editorias de “Política” utilizou apenas uma foto das duas únicas ocorrências sobre Turismo publicadas seguida por “Veículos” com 2 fotos na única matéria sobre Turismo e “Últimas” que também utilizou 2 fotos nas 2 matérias. As demais Editorias que utilizaram fotos

em suas matérias: “Turismo” com dezoito fotos nas quatro matérias publicadas no total, “Brasil” com 9 fotos das 13 matérias publicadas, “Economia” com 5 das 9 e “Mundo” com 5 fotos em 5 matérias publicadas.

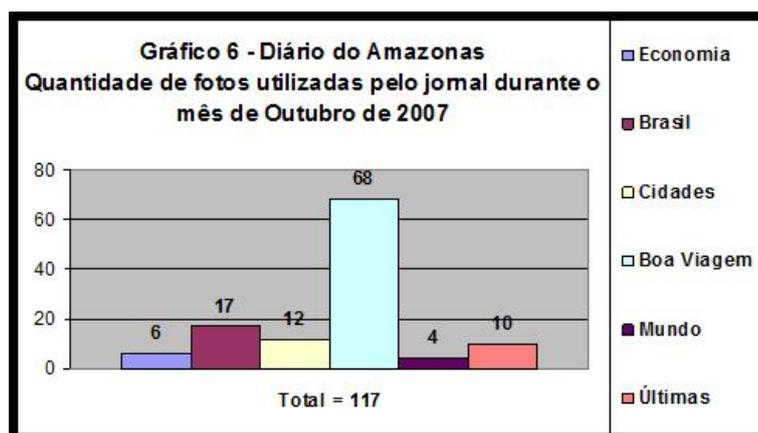


Figura 4.6: Gráfico 6

O gráfico 5 apresenta a quantidade de fotos utilizadas pelo jornal Diário do Amazonas em cada editoria no mês de Outubro de 2007, sendo que “Boa Viagem” apresentou maior destaque. Mesmo sendo um caderno publicado apenas aos Domingos, publicou 36 matérias sobre Turismo e utilizou 68 fotos. Por ser um caderno de Turismo, é comum que utilize bastante fotos ilustrativas em suas matérias e reportagens.

A editorias de “Economia”, utilizou apenas 6 fotos de 21 das matérias publicadas, em “Mundo” utilizou apenas 4 fotos das 10 matérias publicadas relacionadas com Turismo e seus bastidores.

Em “Brasil” 17 das 36 matérias publicadas, “Cidades” 12 das 13 publicadas e “Últimas” 10 das 20 publicadas.

#### **Considerações: Comparação entre resultados dos jornais A crítica e Diário do Amazonas, sobre a quantidade de fotos publicadas em cada editoria**

Ambos jornais utilizaram fotos em suas edições no mês de Outubro de 2007, porém o Diário do Amazonas destaca-se com 38 fotos a mais do total, A Crítica em suas matérias da Editoria “Cidades” utilizou bastante fotos, das 26 ocorrências de matérias possui 36 fotos.

O Diário do Amazonas no mês de Outubro utiliza mais fotos que o A Crítica, principalmente em seu caderno de Turismo “Boa Viagem” com 8 pági-

nas e 36 matérias sobre Turismo nos 4 Domingos em que circulou utilizou 68 fotos.

Textos com fotos são importantíssimos para transmitir mensagens, o discurso não é meramente textual, o que pode ser confirmado no tópico que discorre sobre O processo de formação da imagem no Turismo na página 31. É um problema editorial intercalar texto e imagem, pois o jornal dispõe de espaço limitado para cada editoria.

#### 4.0.6. Quantidade de matérias locais, nacionais e internacionais publicadas pelos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007

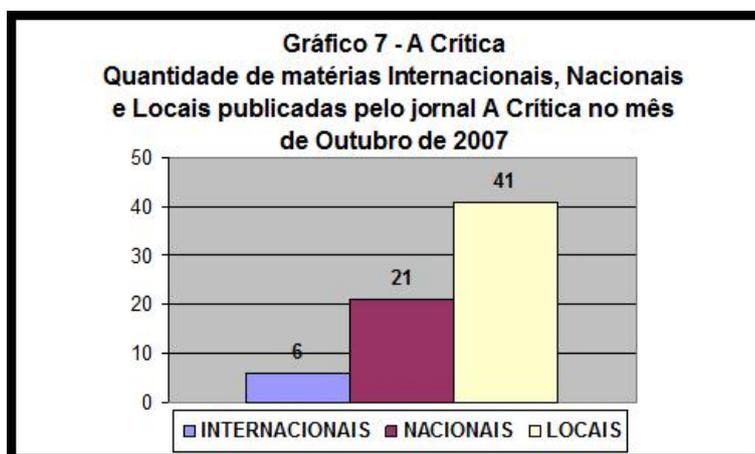


Figura 4.7: Gráfico 7

O gráfico 9 mostra a quantidade de matérias Internacionais, Nacionais e Locais publicadas pelo jornal A Crítica no mês de Outubro de 2007, além da frequência de matérias de origens diferentes, sendo que o jornal A Crítica publicou apenas 6 matérias de procedência internacional, em Nacional registrou-se 21 matérias e 41 Locais que foi a maioria.

O gráfico 10, quantidade de matérias Internacionais, Nacionais e Locais publicadas pelo jornal Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007 registrou 67 matérias de origem nacional, 32 matérias de origem Local e apenas 22 de origem Internacional.

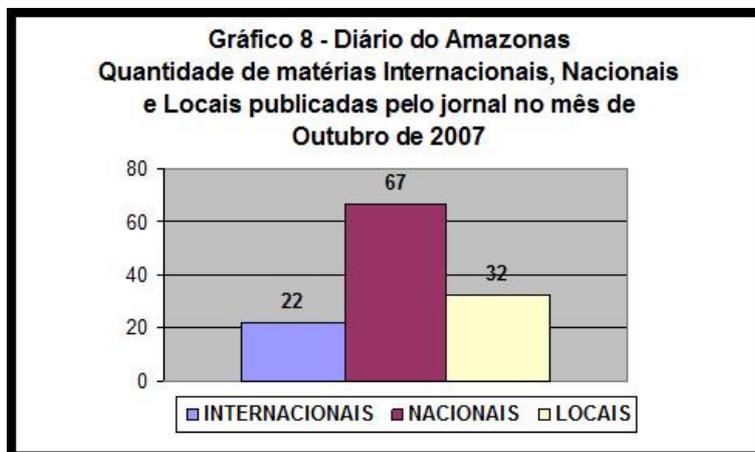


Figura 4.8: Gráfico 8

**Considerações: Comparação entre os jornais A crítica e Diário do Amazonas, sobre a quantidade de matérias quanto a procedência publicadas em cada editoria**

No jornal A Crítica predominaram as matérias de procedência local com (41) ocorrências, enquanto no Diário do Amazonas as nacionais apresentam-se em maior número com (67) ocorrências, seguidas pela minoria de (6) Internacionais no A Crítica e (22) Internacionais no Diário do Amazonas. Por último (32) locais no Diário do Amazonas (21) nacionais no A Crítica.

Percebe-se que apesar do número de matérias internacionais publicadas pelo jornal Diário do Amazonas ser de (22) matérias, o conteúdo permanece com maioria local com (32) matérias. Nota-se o mesmo com o jornal A Crítica que possui no mês de Outubro de 2007 a maioria de matérias nacionais com 67 ocorrências. Ambos os periódicos detém uma procedência de matérias em sua maioria de fontes nacionais.

**4.0.7. Quantidade de Matérias polêmicas relacionadas com o tema turismo publicadas pelas Editorias dos jornais A Crítica e Diário do Amazonas no mês de Outubro de 2007**

**Brasil:**

A maioria das matérias polêmicas foram abordadas pela Editoria “Brasil” com (9) ocorrências e as matérias que foram publicadas abordaram em sua

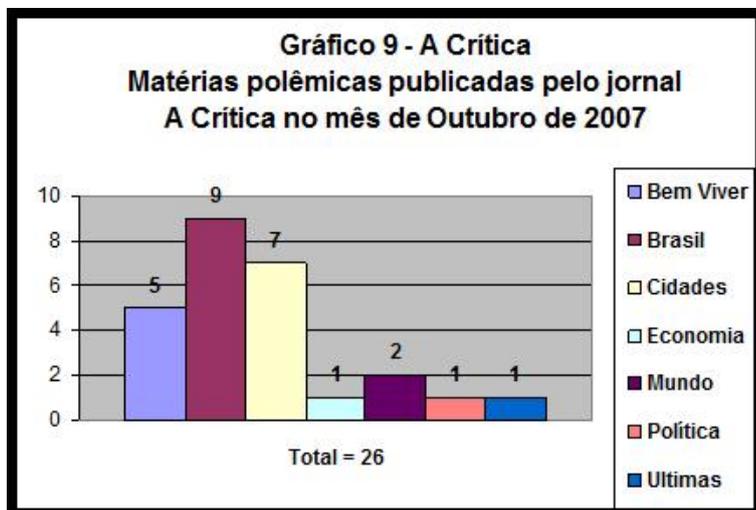


Figura 4.9: Gráfico 9

maioria a crise aérea pela qual o país começava a passar no ano passado e seus bastidores políticos.

#### **Economia, Política e Últimas:**

As matérias polêmicas do mês de Outubro de 2007 com menor ocorrência foram abordadas pelas Editorias “Economia”, “Política” e “Últimas” cada editoria com uma matéria cada.

#### **Cidades, Bem Viver e Mundo:**

As demais polêmicas continuaram na Editoria de “Cidades” com (7) matérias, no caderno cultural “Bem Viver” houve (5) matérias e na Editoria “Mundo” foram publicadas (2) matérias.

#### **Brasil:**

A maioria das polêmicas foram abordadas pela Editoria “Brasil” com (20) ocorrências bem diversas como se pode concluir no APÊNDICE C.

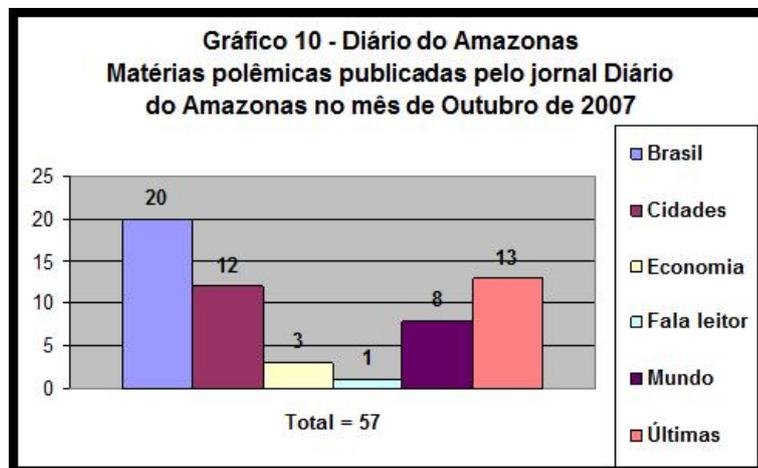


Figura 4.10: Gráfico 10

**Fala leitor e Economia:**

No Diário do Amazonas as menores ocorrências em polêmicas ocorreram na seção “Fala Leitor” com uma ocorrência e em “Economia” (3) matérias.

**Últimas, Cidades e Mundo:**

As demais Editorias do jornal Diário do Amazonas destacaram (13) em “Últimas”, (12) em “Cidades” e (8) em “Mundo”.

**Considerações:**

Comparação entre os jornais A crítica e Diário do Amazonas, sobre as matérias polêmicas relacionadas com o tema turismo

O maior número de polêmicas concentrou-se nas Editorias “Brasil” tanto no jornal A Crítica quanto no Diário do Amazonas, o primeiro com (9) matérias e o segundo com (20) ocorrências.

Essa coincidência entre as Editorias “Brasil” dos jornais A Crítica e Diário do Amazonas é justificada por se tratar de uma seção que aborda os principais acontecimentos do país, a Editoria “Brasil”, mais até do que “Política” destaca a política nacional e assuntos que repercutem nacionalmente na mídia em geral, sendo que no mês de Outubro de 2007 a grande polêmica dos jornais brasileiros foi a crise aérea que assolou a aviação brasileira.

A minoria de matérias do A Crítica foram publicadas nas Editorias de “Economia”, “Política” e “Últimas”, com uma matéria cada uma. Já o Diário do Amazonas: “Fala Leitor” e “Economia” foram as minorias, sendo que o primeiro trata-se de uma nota dentro do Editorial do jornal, onde o leitor pode opinar por meio de cartas ou correio eletrônico, e em “Economia” foram publicadas (3) matérias relacionadas com turismo.

As demais matérias polêmicas concentraram-se nas Editorias: “Cidades” (7), “Bem Viver” (5) e “Mundo” (2) no A Crítica e nas Editorias do Diário do Amazonas: “Últimas” (13), “Cidades” (12) e “Mundo” com (8) matérias.

## Capítulo 5

# Considerações Finais

Algumas matérias analisadas tanto no tópico *Os mesmos fatos, diferentes jornais e discursos* na página 54, quanto no tópico anterior com os gráficos, podem não ter feito referência direta ao termo Turismo, porém ao analisar o conteúdo de cada uma percebe-se a importância de cada tema para a atividade turística, pois o leitor, tanto o turista real, como o potencial, como a população local e o trade turístico podem ter acesso a estas matérias.

Cabe ao leitor fazer as significações daquilo que lê. A formação da imagem de um destino turístico é também influenciada pelos jornais impressos, fonte de informações sobre os mais variados segmentos, não somente o turístico.

Nas teorias levantadas sobre o jornalismo especializado durante a pesquisa, afirma-se que os cadernos de turismo não podem falar de políticas para o setor, porém esta é uma tendência a ser modificada, pois tanto nas páginas do jornal diário quanto nos cadernos de turismo e cultura, há espaços que tratam da economia para o turismo e suas implicações, assim como temas que tratam sobre o meio ambiente, turismo sustentável e artigos de opinião.

O discurso turístico está presente no jornal como um todo, nas páginas de Brasil, como por exemplo, a crise na aviação civil brasileira (aviação comercial e prestação de serviços) foi pautada durante todo o mês de outubro; assim como a procissão do Círio de Nazaré que teve duas abordagens diferentes, uma destacando o evento religioso e a outra o aspecto turístico da procissão; em Cidades, o Patrimônio Histórico também teve bastante destaque a partir da polêmica sobre a restauração do Mercado Municipal Adolpho Lisboa.

Em Mundo, um acidente aéreo ocorrido no Congo além de ter sido abordado como um acontecimento trágico também teve espaço para levantar informações sobre a situação do país quanto ao transporte aéreo.

O Turismo é uma pauta comum no dia-a-dia dos jornais brasileiros como

se pode notar pelas matérias que procedem de Agências de Notícias, estas que são responsáveis em distribuir, principalmente, as notícias procedentes do exterior e de outros Estados brasileiros.

Pensar num discurso jornalístico sobre Turismo é de tal complexidade que excede as páginas dos cadernos especializados, onde pensava-se que só deveriam constar os aspectos positivos, sem mais críticas sobre as implicações da atividade turística.

O público que lê os jornais, por se tratar de um veículo de comunicação de massa é bastante heterogêneo e pensar num jornalismo que atenda às necessidades desse público diverso é o desafio de uma comunicação mais reflexiva para o Turismo, os fatos ocorrem e são noticiados, o jornalista é responsável em fazer um recorte da realidade a qual é transmitida todas as manhãs quando os jornais chegam nos lares da população.

O que pode ser ruim ou resultar num decréscimo da demanda turística depende muito da maneira como o receptor (leitor) interpreta a notícia e de como o emissor (jornalista) por meio do jornal vai emitir uma mensagem, também é importante ressaltar a contunidade dos fatos da mídia, fator essencial para que uma imagem seja construída.

Tanto A Crítica, quanto o Diário do Amazonas mantém aos Domingos sua página e caderno de Turismo, porém constatou-se uma carência sobre matérias procedentes de acontecimentos locais, principalmente no caderno Boa Viagem do Diário do Amazonas, onde a maior parte das matérias são geradas em Agências de Notícias, porém no jornal Diário notou-se um posicionamento mais explícito sobre o Turismo, enquanto, no A Crítica é possível encontrar uma variedade de matérias no caderno de cultura “Bem Viver”, o Turismo tem uma abordagem mais limitada aos eventos culturais que ocorrem na cidade.

## Capítulo 6

# Referências Bibliográficas

- ANDRADE, José V. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1992.
- AVIGHI, Carlos Marcos. Turismo e comunicação: estudo do turismo na história da comunicação no séc.XIX. Turismo em Análise, São Paulo , v.3, n.2 , p.22–23, nov.1992.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARRETO, Margaritta. Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo. Campinas, SP: Papyrus, 1995 – (Coleção Turismo).
- BELTRÃO, Otto Gilberto de Arruda. Turismo e Comunicação. Manaus, AM. Valer, 1996, 95 pág.
- BORDENAVE, Juan Diaz E. O que é comunicação? São Paulo, Editora Brasiliense, 2006. (Coleção Primeiros passos).
- BORDIEU, Pierre. Sobre a televisão, seguido de: a influência do Jornalismo e os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1997.
- BRANDÃO, Christian Bressane. Jornalismo especializado em turismo: foco nas revistas Horizonte Geográfico, Os Caminhos da Terra, Próxima Viagem e Viagem e Turismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- CASTELLI, Geraldo. Turismo: atividade marcante do século xx. Caxias do sul: EDUCS, 1990.

- COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa: um curso em sua estrutura. Editora Ática, São Paulo, 2004.
- COSTA, Berlamino César Guimarães da. Estética da violência: Jornalismo e produção de sentidos. Campinas, SP. Autores Associados, 2002. 201 pág.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo. São Paulo: Futura, 1998.
- DE LA TORRE, O. El turismo, fenómeno social. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.
- DORTA, Lurdes; DROGUETT, Juan (orgs.). Mídia, imagens do Turismo: uma proposta de desenvolvimento teórico para as áreas de comunicação e turismo. São Paulo, Textonovo e UNIP, 2004.
- Dos Santos, Francisco Jorge. et al. Cem anos de imprensa no Amazonas (1851–1950): Catálogo de Jornais. Editora Umberto Calderaro LTDA .Manaus, 1990, 2ª Edição.
- ERBOLATO, Mário L. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981. 158p. p 59.
- \_\_\_\_\_. Técnicas de codificação em Jornalismo: Redação, captação e edição no jornal diário, São Paulo: Editora Ática, 2003.
- FARIA, Maria Alice. Manchetes e títulos no jornalismo brasileiro: o dito e o não-dito. In: AZEREDO, José Carlos (org). Letras & Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.
- FERRARI, Cynthia Menezes Mello. O relacionamento da mídia impressa e o turismo. 2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo.
- HOBBSAWM, Eric. A era do capital. 5 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000. 459 p.
- JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Campinas, SP: Papirus, 1996.
- KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro. Editora Civilização Brasileira, 1989.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

- MARCONDES, Filho. Comunicação e Jornalismo. A saga dos cães perdidos. 2ª ed, São Paulo, Hacker editores, 2002.
- MARCONI, Marina A; LAKATOS, Eva. Fundamentos de metodologia científica. 5ª edição. São Paulo; Atlas. 2003.
- MARX, Karl. O capital. São Paulo: Difel, 1988. Livro I, volumes I e II. 933 p.
- MEDEIROS, João Bosco. Redação Científica: a prática de fichamento, resumos, resenhas. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- MOESCH, Marutschka M. Para além das disciplinas: o desafio do próximo século. In: GASTAL, Susana; BENI, Mário Carlos; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org.). Turismo: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo Contexto).
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. : volume 1 – neurose. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1997. 204 p.
- \_\_\_\_\_. A cabeça bem feita: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- MOTTA, L.G.. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- NIELSEN, Christian. O papel da Comunicação na atividade Turística. Editora Contexto. São Paulo, 2001.
- OURIQUES, Helton Ricardo. A produção do Turismo: fetichismo e dependência. Campinas, SP, Editora Alínea, 2005.
- Pereira Jr, Luiz Costa. Guia para Edição Jornalística. Editora Vozes, 2006.
- PIOVESAN, Gláucia Copedê. Os Cadernos de Turismo: Características e Tendências.. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.
- \_\_\_\_\_. Jornal e Turismo: um campo minado. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

- RIBEIRO, Joana Darc. Guia para elaboração de Projetos de Pesquisas, Manaus, EDUA, 2003.
- ROSSI, Clóvis. O que é Jornalismo? São Paulo, Editora Brasiliense, 2001. (Coleção Primeiros passos).
- SÁ, Rosa Bignami de. A imagem do Brasil no Turismo: construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo; Aleph, 2002.
- SWARBROOKE, John. Turismo Sustentável: Meio Ambiente e Economia. Vol. 2/ John Swarbrook; tradução Esther Eva Horovitz. –São Paulo: Aleph, 2000 – (Turismo).
- TAVEIRA, Eula Dantas. A história do jornal de maior circulação do Amazonas. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS. 2001. Disponível em: [www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br). Acesso em: 22 /06/2008
- URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo, Estúdio Nobel, 1996.
- WAINBERG, Jacques A. Turismo e Comunicação: A indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Turismo e Contexto).
- WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Editorial Presença, LDA. Lisboa, 4ª edição, 1995.
- ZARDO, Eduardo F. Marketing aplicado ao turismo. São Paulo: Roca, 2003. 192p World Tourism Barometer. WTO v.3, n.1. Disponível em [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) acesso em 01/11/2007 às 21:0hs

## 6.1. Referências eletrônicas

Canal da imprensa – Mídia impressa sob suspeita

<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/65edicao/academica2.htm>

Ciclo de Palestras – reflexões sobre a mídia e Turismo:

[www.unb.br/cet/noticias/not\\_midiaeturismo.html](http://www.unb.br/cet/noticias/not_midiaeturismo.html)

acesso em 01/11/2007 às 21:0hs.

**Jornalismo na prática – na trilha da notícia:**

[www.abi.org.br/primeirapagina.asp?id=1230](http://www.abi.org.br/primeirapagina.asp?id=1230) acesso em 01/11/2007 às 21:0hs.

# **ANEXO A**

## Fases do Jornalismo

	Tipo	Época	Valores Jornalísticos	Aspectos funcionais e tecnológicos	Agentes	Economia
Pré-história	Artesanal	1631 a 1789	Espetacular, singularmente novo (desastres, mortes, seres deformados, reis, etc)	Jornal ainda semelhante ao livro, poucas páginas.	Empreendedor isolado	elementar
Primeiro Jornalismo	Político-literário	1789 a 1830	Razão (verdade, transparência); questionamento da autoridade; crítica da política; confiança no progresso.	Profissionalização; surge a redação; diretor separa-se do editor; artigo de fundo; autonomia da redação.	Políticos; escritores; críticos; cientistas.	Economia deficitária
Segundo Jornalismo	Imprensa de massa	1830 a 1900	O “furo”; a atualidade; a “neutralidade”; criam-se a reportagem, as enquetes, as entrevistas, as manchetes; investe-se nas capas, logo e chamadas de 1ª página.	Rotativas de composição mecânica por linotipos (1890); telégrafo e telefone; cria-se a agência Havas; mais publicidade e é menor o peso de editores e redatores; títulos passam a ser feitos pelo editor.	Jornalistas profissionais	Economia de empresa; jornal tem que dar lucro; aumento das tiragens: 35 para 200 mil.

---

Terceiro Jornalismo	Imprensa monopolista	De 1900 a 1960	Grande rubricas políticas ou literárias; páginas magazines: esporte, cinema, rádio, teatro, <i>turismo</i> , infantil, feminina	Influência da indústria publicitária e das relações públicas; uso da fotografia.	Jornalistas, publicitários e relações públicas promovem “indústria da consciência”	Grupos monopolistas dominam a imprensa; época de tiragens-monstro.
Quarto Jornalismo	Informação eletrônica e interativa	De 1970 até o presente	Impactos visuais; velocidade; transparência.	Implantações tecnológicas (barateamento de produção); alteração das funções do jornalista; toda a sociedade produz informação	Redes/sistemas informatizados pessoas em interface; jornalistas prestadores de serviço	Financiamentos migram para a TV e a Internet; crise da imprensa escrita

---

## Apêndice A

### 6.1.1. Lista de matérias polêmicas publicadas por Editoria Jornal A Crítica

#### Editoria Bem Viver

Data	MATÉRIAS
10/OUT07	Matéria: Chapéu: TEATRO/ Título: Competição desestimula a reflexão para jurados/ Sutiã: Na opinião dos integrantes do júri do 4º Festival de Teatro da Amazônia, o caráter competitivo do evento compromete o debate e a troca de idéias entre artistas
17/OUT/07	Nota: Coluna Número 1 Júlio Ventilari/ Título: ESTICA E PUXA “A confusão entre a prefeitura e o Iphan deu o tom à sessão de ontem na Câmara Municipal. Ficou decidido que o Superintendente do Instituto, Bepi Sarto Neves Cyrino, será convocado para explicar em detalhes aos vereadores porque ele tenta judicialmente impedir a conclusão da restauração do Adolpho Lisboa.”

---

20/OUT/07	Coluna: Baby Rizzato “1Enquanto a Prefeitura e o Patrimônio Histórico Nacional discutem, as obras do ‘Mercadão’ ficam paralisadas, e os permissionários, pessimamente alojados. Briga pequena, coisa pessoal? Parece...2 Para Mestre Robério diz que restaurar é compor o original dentro do possível . Se o nosso mercado é uma réplica daquele que existiu em Paris, vamos tentar mantê-lo como era, dentro do possível. 3 Aí meto a minha colher: vamos então restaurar o mercado, deixando-o como símbolo de uma época, e que construa-se um local simples, livre e limpo, onde vendedores e compradores exerçam seus direitos.”
21/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: Barulheira/ “Realizada nas manhãs de Domingo na Eduardo Ribeiro, a feira de artesanato e produtos da regionais é uma idéia que deu certo. Porém, o grande movimento no local acaba, logo cedinho, com a tranqüilidade dos moradores do Cidade de Manaus...”
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”

---

**Editoria Brasil**

Data	MATÉRIAS
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”
Data	MATÉRIAS
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”
Data	MATÉRIAS
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”
Data	MATÉRIAS
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”
Data	MATÉRIAS
24/OUT/07	Nota: Número 1 Júlio Ventilari/ Título: MASSA CORRIDA/ “Pelo menos externamente a Biblioteca Pública do Estado está abandonada. A fachada do prédio prova que o antigo prédio está necessitando de mais cuidados.”

**Editoria: Cidades**

Data	MATÉRIAS
14/OUT/07	Matéria: Chapéu: MEIO AMBIENTE/ Título: Em defesa do Macuricanã/ Sutiã: Prefeitura de Parintins quer toda a comunidade ajudando a proteger um de seus mais importantes lagos.
16/OUT/07	Matéria: Título: Obras do 'Mercadão' suspensas novamente/ Sutiã: Após questionamento do Iphan, cuja direção é de partido aliado do prefeito, Justiça embarga obra de Adolpho Lisboa.
16/OUT/07	Matéria: Chapéu: EM MEIA HORA/ Ingressos 'somem' e geram confusão na entrada do TA/ Sutiã: A rapidez com que os 600 bilhetes para o espetáculo do SESI foi distribuída revoltou as 120 pessoas que buscavam um deles/ Boxe: 'Não houve irregularidade'/ Boxe: Produtor lamenta situação.
18/OUT/07	Matéria: Chapéu: PATRIMÔNIO HISTÓRICO/ Título: Atitude da Prefeitura em xeque/ Sutiã: Ministério Público Federal abriu procedimento interno para saber se cobrança do habite-se do Iphan não foi arbitrária/ Boxe: Briga de fundo político.
18/OUT/07	Matéria: Chapéu: TRANSPORTE AÉREO/ Título: Pouso de emergência em Manaus/ Sutiã: Boeing 737 da Rico Linhas Aéreas teve apresentou problemas na turbina e teve que retornar às pressas para o Aeroporto Eduardo Gomes.

---

23/OUT/07	Matéria: Chapéu: RACIONAMENTOS E APAGÕES/ Título: Novo Airão sofre sem energia elétrica.
28/OUT/07	Matéria: Chapéu: RELATÓRIO BIMESTRAL DA SEMMA/ Título: Quatro balneários poluídos/ Sutiã: Ponta Branca, Igarapé Sauim de Coleira, do Ceasa e flutuante Acariquara são considerados pela Semma impróprios para banho.
31/OUT/07	Matéria: Chapéu: RISCO AEROVIÁRIO/ Título: Colisão com pássaros preocupa/ Sutiã: No Amazonas não há registro de acidentes com aeronaves que se chocaram com aves, mas há de colisões e o risco é iminente/ Boxe: Seminário abordará perigo aéreo.

---

**Editoria: Economia**

---

Data	MATÉRIAS
02/OUT/07	Matéria: Chapéu: DIREITOS DO CONSUMIDOR/ Título: TAM é multada em R\$ 987 mil por omissão/ Sutiã: Passageiros teriam ficado sem informação.
hline	

**Editoria: Mundo**

---

Data	MATÉRIAS
05/OUT/07	Chapéu: REPÚBLICA DO CONGO/ Título: Antonov cai em bairro e mata 23 ocupantes e 15 moradores.
hline 31/OUT/07	Nota: Chapéu: CANADÁ/ Título: Menina escapa de queda de avião.

---

**Editoria: Política**

---

Data	Matérias
03/OUT/07	Matéria: Chapéu: NOVO CALENDÁRIO/ Título: A polêmica do aniversário/ Sutiã: Para se adequar a festa do Boi Manaus, Executivo quer tornar móvel a data da comemoração do aniversário da cidade/ Boxe: Tony vê mau gosto no projeto. 09/OUT/07 Matéria: Chapéu: VALE O DIA 24/ Título: Data do aniversário da cidade não muda/ Sutiã: Receio do Prefeito de Manaus à proposta de mudar a data foi comunicada ontem aos vereadores

---

**Editoria: Últimas**

---

Data	Matérias
14/OUT/07	Matéria: Chapéu: restauração/ Título: Prefeitura decide continuar obras do mercado/ Sutiã: Prefeito Serafim Corrêa disse que não vai parar o restauro do Adolpho Lisboa, como manda o Iphan.

---

## APÊNDICE B

### **Lista de assuntos polêmicos por Editoria Jornal Diário do Amazonas**

#### **Editoria: Brasil**

Data	Matérias
01/OUT/07	Matéria: Título: Passeata em Brasília encerra as homenagens as vítimas do voo 1907/ Sutiã: Famílias pediram a conclusão das investigações do acidente pela Aeronáutica.
02/OUT/07	Matéria: Título: Nova malha aérea causa transtornos/ Sutiã: Passageiros ficaram perdidos ontem com o desencontro de informações em Congonhas.
03/OUT/07	Nota: Chapéu: MORTE DE CRIANÇA/ Título: Técnicos fazem perícia em Parque.
03/OUT/07	Título: EUA apontam empresas e pilotos como réus/ Sutiã: Justiça americana decidiu ampliar o número de acusados no processo sobre acidente da Gol.
03/OUT/07	Nota: Chapéu: 25 ANOS DE PRISÃO/ Título: Condenado assaltante que matou turista “O assaltante Claudeci Bezerra da Silva, acusado de matar a facadas o turista português André Costa Ramos Bardaro em Copacabana, em agosto passado, foi condenado ontem a 25 anos de prisão. Em sua sentença, a Juíza Maria Izabel Pena Peranti, da 16ª Vara Criminal, descreveu o criminoso como “lúcido, frio e implacável”. O estudante português de 19 anos passava férias com os pais no Brasil e tomava sol no posto 4, em frente ao hotel onde a família estava hospedada, no bairro. Os pais dele estavam tomando banho de mar no momento do crime. O assaltante puxou a mochila do Português, que reagiu assustado. Silva lhe deu um golpe de faca, matando-o na hora. Ele foi perseguido por bombeiros e capturado com a faca ensanguentada nas mãos”.

---

Data	Matérias
03/OUT/07	Nota: CACHORRO NA PISTA/ “O voo 93, da Continental, que vinha de Houston (EUA) para o Rio de Janeiro, chegou na manhã de ontem com atraso de 20 minutos porque um cachorro havia invadido a pista do aeroporto Tom Jobim. Os passageiros foram informados pelo piloto que poderiam verificar a presença do animal olhando pela janela”.
04/OUT/07	Matéria: Título: Jobim indica professor do ITA para diretoria da Anac/ Sutiã: Ministro encaminha ao presidente Lula a quarta indicação de nome no processo de renovação de diretores da Agência.
05/OUT/07	Matéria: Título: Jobim aumenta pressão contra Zuanazzi/ Sutiã: Ministro espera que o presidente da Anac deixe o cargo após a posse de novos diretores.
06/OUT/07	Nota: Chapéu: MARQUISE DE HOTEL/ Título: Oito são indiciados por desabamento.

---

Data	Matérias
07/OUT/07	Matéria: Título: Documento alerta sobre defeito no transponder/ Sutiã: Agência do EUA confirma que equipamento tido como pivô do acidente entre Legacy e o Gol tem mau funcionamento.
07/OUT/07	Matéria: Título: Crise aérea causou demissões na hotelaria/ Antetítulo: Prejuízo no setor hoteleiro da região Nordeste apresentou queda de 40%, segundo ABIH.
08/OUT/07	Matéria: Título: Pilotos do Legacy fizeram 'vôo cego', diz Aeronáutica/ Sutiã: Documentos mostram que Joseph Lepore e Paul Paladino foram os principais responsáveis pela queda do Boeing da Gol.
10/OUT/07	Matéria: CGU manda demitir três ex-diretores da Infraero/ Sutiã: Demitidos pegaram justa causa após sindicância que constatou fraude na estatal.
18/OUT/07	Matéria: Chapéu: TIRAVA FOTOS/ Título: Cabelereiro entra na mata e se perde em SP.
22/OUT/07	Matéria: Chapéu: ALARME ANTITERRORISTA/ Passageiro causa tumulto em vôo.
22/OUT/07	Matéria: Chapéu: MINAS GERAIS/ Título: Mulher morre após cair de teleférico.
29/OUT/07	Matéria: Chapéu: SÃO PAULO/ Título: Presos 17 do PCC em hotel cheio de drogas/ Intertítulo: Polícia captura chefe na Bahia.
30/OUT/07	Matéria: Chapéu: USO DE COCAÍNA/ Título: Polícia interdita sítio Happy Land.
30/OUT/07	Matéria: Chapéu: DROGA/ Título: Herdeira da Rede Othon é presa no Rio.

**Editoria: Cidades**

Data	Matérias
05/OUT/07	Matéria: Título: Dois igarapés transbordam durante chuva/ Sutiã: Dezenas de casas foram alagadas nos bairros da União e Redenção, durante o temporal de ontem/ Intertítulo: Um vôo cancelado e outro desviado.
10/OUT/07	Matéria: Título: Gol deve pagar pensão à viúva de vítima/ Sutiã: Juíza concedeu liminar condenando a empresa a pagar R\$880 por mês a marido de babá/ Intertítulo: Justiça do Rio condenou empresa em R\$ 2 Milhões.
11/OUT/07	Matéria: Chapéu: BORBA/ Título: índios não permitem acesso de empresas.
13/OUT/07	Matéria: Título: 'Apadrinhados' exploram espaços públicos em Manaus, diz promotor/ Sutiã: Permissões de uso em praças e pontos turísticos devem passar por licitação/ Intertítulo: Superintendência do Implurb nega.
13/OUT/07	Matéria: Chapéu: SÃO RAIMUNDO/ Título: Travessia funcionou com balsas a menos.

---

16/OUT/07	Matéria: Título: Usuários reclamam do Porto da Manaus Moderna/ Sutiã: Dificuldade no embarque e desembarque de mercadorias são problemas para as pessoas que transitam diariamente no local/ Intertítulo: Prefeitura tem trabalho para melhorar acesso.
16/OUT/07	Matéria: Título: Justiça Federal embarga obra do Mercado/ Sutiã: Restauração do Adolpho Lisboa foi suspensa ontem, após Iphan entrar com pedido de liminar
17/OUT/07	Matéria: Título: Prefeito ameaça interditar prédio da sede do Iphan/ Sutiã: Prazo para apresentação do Habite-se e de um projeto de acessibilidade determinado pela SEMDURB se encerra hoje.
18/OUT/07	Matéria: Título: Prefeitura de Manaus cobra o que não cumpre/ Sutiã: SEMDURB informou que nem todos os prédios da prefeitura têm rampas para deficientes.
18/OUT/07	Matéria: Título: Avião decola e faz pouso de emergência/ Sutiã: Boeing da Rico havia saído de Manaus, às 9h, com destino a Rio Branco, com 71 passageiros.

---

**Editoria: Economia**

Data	Matérias
10/OUT/07	Matéria: Chapéu: AVIAÇÃO/ Título: Ministério multa em R\$ 3,2 mi por atrasos.
16/OUT/07	Matéria: Chapéu: FRAUDE/ Título: Gol alerta sobre e-mail falso com promoção/ Entretítulo: Golpe.
19/OUT/07	Matéria: Chapéu: ANAC/ Título: BRA é proibida de operar no exterior.

**Índice: Fala Leitor**

Data	MATÉRIAS
02/OUT/07	Nota: Título: Briga no aeroporto/ “Estive anteontem no aeroporto Internacional Eduardo Gomes, por volta das 14h30, e fiquei estarecida com uma confusão envolvendo taxistas no local. Eles pararam o trânsito, começaram a discutir e depois trocaram socos. Lamentável esse tipo de comportamento, visto que havia passageiros de toda parte do mundo presenciando a cena. A briga, segundo funcionários do aeroporto, foi ocasionada porque um dos taxistas não fazia parte da cooperativa do lugar e estaria tomando passageiros dos que ali trabalham. A confusão ganhou grandes proporções e deixou muita gente com medo.”

**Editoria: Mundo**

Data	MATÉRIAS
04/OUT/07	Matéria: Título: Incêndios fecham aeroportos na Bolívia/ Sutiã: Fumaça tomou conta das regiões leste e sul, parando 30 dos 37 terminais que existem no país/ Entretítulo: Gás Natural
05/OUT/07	Matéria: Título: Avião cai e mata 38 em Kinshasa/ Sutiã: Aeronave teve problemas técnicos e bateu em várias casas antes de explodir/ Entretítulo: Risco constante
12/OUT/07	Matéria: Chapéu: JAPONÊS/ Título: Irã confirma seqüestro de turista em Bam.
12/OUT/07	Nota: Chapéu: ISTAMBUL/ Título: Avião com 156 passageiros pega fogo.
13/OUT/07	Nota: PARTO NO AVIÃO/ “Uma Congolesa de 31 anos, grávida de 26 semanas, deu à luz uma menina dentro do avião, ontem. A aeronave partiu de Kinshasa, no Congo, e se dirigia ao aeroporto de Bruxelas, na Bélgica. A parturiente foi assistida por comissários de vôo e por dois médicos que viajavam no mesmo avião”.

---

Data	MATÉRIAS
19/OUT/07	Matéria: Chapéu: BOLÍVIA/ Título: Policiais assumem controle do aeroporto.
23/OUT/07	Nota: SUSPEITO DENUNCIADO/ “O italiano Graziano Cacchini, de 54 anos, que seria ligado a um grupo de extrema-direita, foi apontado como suposto autor do tingimento de vermelho da Fontana de Trevi, no último dia 19. Ele afirma que foi confundido fisicamente com o verdadeiro culpado. A Polícia revelou que Cecchini foi identificado graças à gravação das câmeras de segurança da praça.”
27/OUT/07	Nota: Pouso forçado na floresta/ “Filipinos observaram um avião Airbus A320 da Philippine Airlines. A aeronave saiu da pista e parou em uma floresta tropical durante pouso forçado, realizado ontem em Butuam, no sul do país. Dezenove pessoas, das 148 que estavam no avião, ficaram feridas, entre tripulação e passageiros. O modelo da aeronave, de fabricação europeia, é o mesmo que se acidentou em São Paulo no último dia 17 de julho, no aeroporto de Congonhas, matando todas as pessoas a bordo do Vôo 354, da TAM”.

---

**Editoria: Últimas**

Data	MATÉRIAS
01/OUT/07	Nota: MORTE NO PARQUE/ “Um adolescente de 15 anos morreu após passar mal em um brinquedo do parque Hopi Hari em Vinhedo, a 79 km de São Paulo. O estudante Arthur Wolf passou mal em uma atração chamada 'Labirinto', que tem uma sala escura com corredores nos quais funcionários fantasiados de monstros dão sustos nos visitantes”.
02/OUT/07	Nota: SUSTO NO AVIÃO/ “Os passageiros que viajavam num Airbus A330 da TAM, com destino a Londres, ontem, levaram um susto após a decolagem do avião. O voo 8084, que partiu do aeroporto Internacional de Cumbica, em Guarulhos, por volta da meia-noite, precisou retornar a São Paulo devido a uma trinca no pára-brisa da aeronave.
02/OUT/07	Nota: Chapéu: MORTE NO HOPI-HARI/ “A Polícia Civil abriu inquérito ontem para investigar a morte do estudante Arthur Wolf, 15 anos, na última sexta-feira, após passar mal em um brinquedo no parque Hopi-Hari, em Vinhedo (79 km de SP)/ “Até hoje a família não havia registrado boletim de ocorrência”, afirmou ontem o delegado Paulo Tucci. O adolescente passou mal em um brinquedo chamado 'Labirinto’“.
04/OUT/07	Matéria: Chapéu: CINDACTA 4/ Título: Justiça Militar liberta quatro controladores.

Data	MATÉRIAS
05/OUT/07	Nota: Chapéu: DENISE SERÁ INDICIADA /“ Depois de incluir 25 nomes de pessoas ligadas à Infraero na lista de pedidos de indiciamento por corrupção e irregularidades administrativas, a CPI do Apagão Aéreo do Senado mira agora em outro alvo: a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). Nesse núcleo, já é dado como certo o pedido de indiciamento da ex-diretoria Denise Abreu”.
11/OUT/07	Nota: Título: ATAQUE DE VACA “O Tribunal de Justiça de Minas Gerais condenou um hotel fazenda de Jaboticatubas (MG) a indenizar um hóspede que foi atacado por uma vaca durante uma caminhada. A decisão, da 17ª Câmara Cível, deve render cerca de R\$ 17 mil ao hóspede - R\$ 12 mil por danos morais e R\$ 5.258,51 por danos materiais”
12/OUT/07	Matéria: Título: Iphan embarga obras do mercado Adolpho Lisboa/ Antetítulo: Projeto prevê troca do piso original, de pedra, por cerâmica, o que descaracteriza o prédio, tombado pelo Patrimônio Histórico.
14/OUT/07	Matéria: Chapéu: MERCADO/ Título: Prefeito mantém obras mesmo com embargo.
17/OUT/07	Nota: Chapéu: ESTRANGEIROS/ Título: Polícia Federal prende casal com passaporte falso.
24/OUT/07	Matéria: Chapéu: ACIDENTE DA GOL/ Título: Relatório final sobre o acidente sai até Novembro.
28/OUT/07	Matéria: Chapéu: LAVAGEM/ Título: Bando tinha hotel ao lado de prisão.
30/OUT/07	Matéria: Chapéu: ANAC/ Título: Jobim empossa militar da reserva.

## **Glossário**

- Agência de notícias - Empresa que tem principalmente por objeto, qualquer que seja a sua formação jurídica, obter notícias e documentação de atualidades, que sirvam para exprimir ou representar os fatos, distribuindo-os a um conjunto de empresas de informação e, excepcionalmente, a particulares, mediante o pagamento de determinada importância, de acordo com as leis e usos comerciais.
- Caderno - Conjunto impresso formado por no mínimo quatro páginas.
- Chapéu - É uma palavra, nome ou expressão, sempre sublinhada, usada acima do título e em corpo pequeno, para caracterizar o assunto ou personagem da notícia.
- Editoria - Seção especializada em determinado setor (esporte, polícia, arte, meio ambiente etc.)
- Editorial - Texto com a opinião da publicação. Não vem assinado e geralmente, localiza-se diariamente na 2ª ou 3ª página do jornal.
- Infográfico - Artifício gráfico que envolve imagem e pequenas informações de texto que se complementam.
- Intertítulo - Pequenos títulos colocados no meio do texto. Esse artifício é usado para tornar o texto menos denso. Há publicações que preferem destacar frases retiradas do texto para colocar nos intertítulos.
- Matéria - Texto preparado jornalisticamente.
- Nota - Texto curto usado em colunas. Pequeno texto referente a um assunto que irá acontecer e responde a três questões básicas para compreensão: que, quem, quando.
- Notícia - Registro dos fatos, de informações de interesse jornalístico, sem comentários. Fatores objetivos determinam a publicação de uma notícia: o caráter inédito; o impacto que exerce sobre as pessoas e sobre sua vida; a curiosidade que desperta; a imprevisibilidade e improbabilidade do fato.
- Olho - Frase destacada sob o título ou no conjunto da página.
- Pauta - É uma ordem de serviço transmitida pelos chefes de reportagem. A pauta normalmente indica a pessoa que deve ser entrevistada, local,

horário e até mesmo o tamanho da reportagem que deve ser produzida. A pauta também deve indicar os temas principais que devem ser abordados no texto. Nos jornais, a pauta é feita através de reuniões de pauta, onde editor, redator-chefe e repórter sugerem pautas para que matérias sejam produzidas.

- Polêmica - Debate público entre dois jornais sobre o mesmo assunto
- Reportagem - Matéria com grande centimetragem, cobrindo integralmente determinado assunto.
- Suplemento - Caderno adicional ao material principal do jornal.
- Sutiã - Pequena linha de texto usada sobre ou logo abaixo do título para destacar informações da matéria.