



O sol nas bancas de jornal. A representação do Nordeste no caderno Turismo do jornal Folha de S. Paulo¹

Luis Celestino de França Júnior²

Resumo

O sol que queima o sertão, esturrica a terra, é responsável pela diáspora do povo sertanejo, pela seca e pelo sofrimento da população que habita o Nordeste representa um dos principais ícones da região. Este mesmo sol é responsável pela representação do Nordeste enquanto região paradisíaca, refúgio de descanso e fuga das metrópoles frias, poluídas e engarrafadas do sudeste brasileiro. Foi partindo dessa ideia (hipótese) que o trabalho buscou investigar a representação do Nordeste no caderno de Turismo da Folha de S. Paulo como pontapé inicial de pesquisa desenvolvida na Universidade Federal do Ceará (UFC) com o objetivo de compreender as várias representações midiáticas da região.

Palavras-chave

Discurso jornalístico; Turismo; Nordeste; Reportagem

01. Introdução

O Nordeste é costumeiramente tratado na mídia como um espaço do atraso, do subdesenvolvimento, do coronelismo, da tradição seja na política, na casa grande, na religiosidade, na literatura (ALBUQUERQUE JR., 2001; MAMEDE, 1996). A imagem da morte da cadela Baleia no romance *Vidas Secas*, de Graciliano Ramos, ou da família de retirantes no filme homônimo de Nelson Pereira dos Santos, parecem resumir toda a complexidade de uma região díspare, fragmentada entre sertão, agreste, zona da mata e litoral.

Essa representação tradicional da região é desconstruída quando constatamos - seja em olhar desprezioso em vitrines de agências de viagem, seja nos próprios veículos de comunicação – uma transfiguração dessa região miserável em oásis paradisíaco. De repente, a imagem da cadela Baleia e da família de retirantes desaparece entrando em

¹ Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste dentro da DT 1 (Jornalismo), realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Jornalista, mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor do curso de Comunicação Social (Jornalismo) da Universidade Federal do Ceará (UFC – campus Cariri).



cena a imagem de uma família feliz, vez ou outra acompanhada de um animal de estimação igualmente feliz e sorridente.

Essa representação diferente do Nordeste é o que interessa na pesquisa desenvolvida no âmbito do grupo de pesquisas “Mídia, Imagens e Representações” da Universidade Federal do Ceará (UFC) registrada no CNPq. O presente trabalho apresenta dados preliminares dessa pesquisa a partir de um recorte nas edições do caderno de Turismo publicadas no ano de 2010 pelo jornal paulistano “a serviço do Brasil” (slogan que acompanha o título do veículo) *Folha de S. Paulo*.

O trabalho tem como objetivo fazer um levantamento de todas as edições do caderno no ano de 2010 permitindo, a partir da coleta de dados, tabular informações sobre a presença de reportagens em que a região Nordeste era o tema principal, permitindo que se faça comparações sobre cadernos em que outras regiões, cidades, “destinos” figuravam como protagonistas. Ao mesmo tema, permitirá uma análise das reportagens a partir do discurso que se constrói nos cadernos de turismo.

Sendo definido como gênero jornalístico em que a informação é tratada com maior grau de profundidade (LIMA, 1993; SODRÉ, 1986), a reportagem foi escolhida dentro da análise em perspectiva. Ainda assim, em alguns breves momentos o trabalho não pôde ignorar a presença do Nordeste em algumas “dicas” do caderno, sobretudo dentro de seções sobre o carnaval e feriados, quando “destinos” são facilmente anunciados pelo jornal.

O trabalho permitirá ainda uma breve leitura sobre o tema do consumo (TASCHNER, 2009), considerando uma transformação do jornalismo como serviço público ou jornalismo de serviços em “jornalismo de consumo” ou indutor do consumo na transformação de um jornalismo cidadão em “um jornalismo consumidor” (CANCLINI, 2006).

Ao mesmo tempo, sem qualquer pretensão numa abordagem sobre pós-modernidade, creio ser importante levantarmos uma discussão sobre o tema do turismo/viagem na contemporaneidade. Para isso, o trabalho fará um diálogo com as ideias de Michel



Onfray em seu “Teoria da Viagem” (2009) e Zygmunt Bauman em “Globalização” (1999).

02. Os Nordestes

O Nordeste é uma invenção. Assim defende o historiador Durval Muniz de Albuquerque Júnior em seu “A Invenção do Nordeste e outras artes” (2009). No livro, fruto de uma tese de doutorado em História na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o autor nos oferece um histórico de várias representações da região. Para além de uma simples divisão geográfico-administrativa, Albuquerque defende que o Nordeste surge de uma série de práticas discursivas que afirmam uma sensibilidade e produzem um conjunto de saberes de marcado caráter regional.

O autor apresenta uma série de representações do Nordeste na literatura (José Lins do Rego), antropologia (Gilberto Freyre), teatro (Ariano Suassuna) e cinema (Glauber Rocha). Todas essas construções são limitadas, pois ao generalizarem e se apropriarem de outras imagens e discursos já consolidados acabam contribuindo para a consolidação de algo que não existe.

O que afirmamos é que o Nordeste quase sempre não é o Nordeste tal como ele é, mas é o Nordeste tal como foi nordestinizado. Ele é uma maquinaria de produção, mas, principalmente, de repetição de textos e imagens. Não se pode ligar essa produção de imagens e textos apenas à classe dominante. Não existe nela uma simples lógica de classes; essas imagens e textos alcançaram tal nível de consenso e foram agenciadas pelos mais diferentes grupos que se tornaram ‘verdades regionais’” (ALBUQUERQUE JR. , 2009, p. 348)

Diante disso, o presente artigo se aproxima da ideia de que não há uma única representação possível sobre o Nordeste, mas várias, fragmentadas, conflitantes e contraditórias. Assim afastamos a crença na possibilidade de uma representação fixa, bem definida, bem formulada, reprodutora de estereótipos consolidados.

A mídia, como produtora de sentidos, não se exclui a esse aspecto. É uma produtora e reprodutora de discursos variados, distintos, caóticos e conflitantes sobre qualquer tema. São raros, no entanto, os trabalhos que abordam a construção do Nordeste na mídia (MAMEDE, 1996).



Ao optar por uma abordagem da representação do jornal *Folha de S. Paulo* sobre o Nordeste, procurou-se investigar o olhar de um veículo paulistano sobre a região “pobre” do país, dentro de um aspecto “moderno”, o turismo. Assim nos provoca o autor de “A invenção do Nordeste”:

São Paulo é visto, na maioria das vezes, como a área da cultura moderna e urbano-industrial, omitindo-se sua cultura tradicional e a realidade do campo. Já com o Nordeste se verifica o inverso. Este é quase sempre pensado como região rural, em que as cidades, mesmo sendo desde longa data algumas das maiores do país, são totalmente negligenciadas, seja na produção artística, seja na produção científica. As cidades nordestinas, quando tematizadas, parecem ter parado no período colonial, são abordadas como cidades folclóricas, alegres, cheias de luz e arquitetura barroca. (ALBUQUERQUE JR. , 2009, p. 348)

Será que ao ser delimitado o tema do turismo como objeto de estudo, serão encontradas as mesmas e tradicionais imagens estereotipadas da região? Serão encontradas novas imagens, ainda que em conjunto também reproduzem um estereótipo? O artigo investigará a hipótese de que o discurso jornalístico sobre o Nordeste no caderno de Turismo da *Folha de S. Paulo* cria representações específicas distintas e distantes das imagens consolidadas da região, aproximando-se de uma relação de consumo e prazer paradisíaco em que o calor, o sol, o povo, passam a ser valorizados dentro de uma nova lógica.

03. O turismo e a cultura do consumo

Ao propor uma “teoria da viagem”, o filósofo francês Michel Onfray apresenta uma abordagem sobre turismo que pode ser válida para a compreendê-lo como um fenômeno da contemporaneidade. A história da humanidade é marcada pela história do homem que viaja, que parte, que migra. Desde Caim (sedentário) e Abel (nômade). Mas na contemporaneidade (embora seja difícil delimitar de forma precisa quando surge), a viagem assume outros significados.

“Um dos riscos da viagem consiste em partir para verificar por si mesmo o quanto o país visitado corresponde à ideia que se faz dele” (ONFRAY, 2009, p. 57). A viagem não é mais associada a uma conquista de um povo por outro ou mesmo a uma atividade mercantil, mas pelo único e mero objetivo do “prazer” associado a uma noção de engrandecimento pessoal: o turismo.



O turista compara, o viajante separa. O primeiro permanece à porta de uma civilização, toca de leve uma cultura e se contenta em perceber sua espuma, em apreender seus epifenômenos, de longe, como espectador engajado, militante de seu próprio enraizamento; o segundo procura entrar num mundo desconhecido, sem intenções prévias, como espectador desengajado, buscando nem rir, nem chorar, nem julgar nem condenar, nem absolver nem lançar anátemas, mas pegar pelo interior, que é compreender, segundo a etimologia. O comparatista designa sempre o turista, o anatomista indica o viajante. (ONFRAY, 2009, p. 59)

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman é conhecido por sua obra crítica à pós-modernidade. Uma de suas críticas mais famosas é a que apresenta as imagens dos turistas e dos vagabundos como os dois pólos contrários na contemporaneidade. Numa sociedade marcada por tempo e espaço flexíveis e mutação constante, o que vale é a habilidade de se mover.

Os turistas ficam ou se vão a seu bel-prazer. Deixam um lugar quando novas oportunidades ainda não experimentadas acenam de outra parte. Os vagabundos sabem que não ficarão muito tempo num lugar, por mais que o desejem, pois provavelmente em nenhum lugar onde pousem serão bem-recebidos. Os turistas se movem porque acham o mundo a seu alcance (global) irresistivelmente atraente. Os vagabundos se movem porque acham o mundo a seu alcance (local) insuportavelmente inóspito. Os turistas viajam porque querem; os vagabundos porque não tem outra opção suportável. (BAUMAN, 1999, p. 101)

O turista chega e sai a qualquer momento, realiza sua fantasia, suas necessidades de consumo, impõe e exercita um estilo de vida próprio. Uma das metas a se atingir na pós-modernidade: a liberdade de ir e vir a qualquer tempo em qualquer lugar. Já o vagabundo, é o resto do mundo que se dedica ao exercício do turista. Se movimenta pela sobrevivência, não vivencia um tempo e espaço flexível, mas a “sobra” daquilo que o turista não quer.

Desta visão dicotômica e apocalíptica, creio que a relação com o consumo parece ser a menos controversa. Num capítulo em que faz uma abordagem histórica da relação entre lazer, cultura e consumo da França pré-revolucionária aos dias atuais, Gisela Taschner todas as relações entre lazer e consumo atualmente são mediadas pelo mercado.

Quando se pode falar em ‘cultura do consumo’? Uma possibilidade é a partir do momento em que não uma profusão de bens, mas a imagem e a profusão de mercadorias aparentemente ilimitada se generaliza na sociedade. A cultura do consumo abrange um conjunto de imagens, símbolos, valores e atitudes que se desenvolveram com a Modernidade, tornaram-se positivamente associados ao



consumo (real ou imaginário) de mercadorias e passaram a orientar pensamentos, sentimentos e o comportamento de segmentos crescentes da população do assim chamado mundo ocidental. (TASCHNER, 2009, pp. 78-79)

A mídia acaba figurando como personagem importante na configuração de uma cultura do consumo. Como se configura o discurso jornalístico diante desse quadro? Reflexões para um capítulo posterior.

04. Folha de S. Paulo: o jornalismo de consumo

Fundada em 1921 como empresa Folha da Manhã Ltda., o jornal *Folha de S. Paulo* chegou aos anos 2000 tendo passado por várias fases. O trabalho não vai se estender num relato cronológico sobre a história do jornal, conhecendo trabalhos que fazem isso (ABRBEX JR., 2001; CAPELATO, 1981; SILVA, 1988; TASCHNER, 1992). Interessa aqui pontuar que o jornal chegou aos anos 2000 como um dos jornais de maior tiragem do país (não encontramos dados precisos do Instituto de Verificação de Circulação disponíveis que pudessem confirmar a tiragem exata do jornal).

Além disso, em seu Manual de Redação o jornal deixa bem claras suas opções ideológicas pela economia de mercado como modelo econômico e pela democracia representativa como modelo político. Crítico do projeto Folha, Arbex Jr. chama essas duas opções de “democracia para o mercado” e cita artigo do próprio diretor de redação do jornal, Otávio Frias Filho, para fundamentar sua análise.

A estratégia de mercado posta em andamento pela imprensa está firmemente ancorada na estrutura ideológica da notícia (qualquer notícia) e na relação de solidariedade entre imprensa e público. Em outras palavras, não é a imprensa burguesa quem institui um público sujeito à estratégia de mercado e às manipulações que dela decorrem, mas é o caráter mercadológico da notícia quem institui, numa ponta, a imprensa burguesa, na outra o público burguês, e entre ambos uma simbiose de interesses (FRIAS apud ARBEX. JR, 2001, p. 144)

Frias usa a metáfora do Conde Drácula, personagem que só entra na casa da vítima se espontaneamente for convidado. Assim, o jornal precisa traçar uma estratégia de sedução para conquistar o leitor: “relação de solidariedade entre imprensa e público”. No próprio Manual de Redação, como verbete, o “mandato do leitor” é assim definido:

Nas sociedades de mercado, cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas a tarefa de investigar os fatos, recolher material jornalístico, editá-lo



e publicá-lo. Se o jornal não corresponde a suas exigências, o leitor suspende esse mandato, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição habitual nas bancas. A força de um jornal repousa na solidariedade e na quantidade de mandatos que lhe são delegados (1992, p. 19)

Para Arbex Jr., a defesa do mandato do leitor é a concretização de uma sanção do mercado. A necessidade de uma “oitiva dos anseios da sociedade” traduz a política empresarial do jornal na sua linha de sedução do leitor.

Pode então o discurso jornalístico se confundir com o discurso publicitário? Essa pergunta aparece naturalmente numa investigação sobre reportagens de um caderno de Turismo. É como se surgisse uma espécie de discurso no campo do jornalismo que deliberadamente e sem qualquer opacidade tem como objetivo a venda de algo: um destino, uma viagem.

05. Destino turístico: Nordeste

O trabalho apresenta a seguir uma tabela com os destinos na capa do caderno Turismo da Folha de S. Paulo³ no ano de 2010. O caderno foi publicado às quinta-feiras dividido sempre entre uma grande reportagem de capa e algumas notas sobre pacotes e destinos de viagem distribuídos quase sempre em 6 páginas formato standard.

Data	Destino/Assunto
7/1	Porto Rico
14/1	Segurança nos aeroportos
21/1	São Paulo
28/1	Egito
4/2	“Europa nos trilhos”
11/2	Arrumação de bagagem pós-férias
18/2	No mundo dos balões: Piracicaba, Boituva, Namíbia e Capadócia
25/2	Nova Iorque

³ Após pesquisa no Arquivo público no Estado de São Paulo e de consulta no acervo online do jornal foi possível levantar quase todas as edições do caderno. No entanto, algumas, sobretudo entre abril e maio, não se mostraram disponíveis e durante o prazo de elaboração deste texto não foi possível adquiri-los ou conseguir ter acesso as edições que faltavam. Mesmo assim, os dados coletados foram suficientes para a leitura proposta.



4/3	“Cavalgadas pelo mundo”
11/3	Berlim
18/3	Buenos Aires
25/3	Londrina
1/4	Londres
8/4	Museus em São Paulo
3/6	Nova Iorque
24/6	Coreia do Norte / Coreia do Sul
1/7	“Europa na vitrine”
8/7	Peru
15/7	Problemas de bagagem nas viagens
22/7	França
29/7	Marrocos
5/8	Rio de Janeiro / Suíça
12/8	Praga
19/8	Flórida (EUA)
26/8	Galápagos
2/9	Istambul
9/9	São Paulo
16/9	Grécia
23/9	China
30/9	Baleias-SC
7/10	Noruega
14/10	Cruzeiros
21/10	Salvador
28/10	Atenas
4/11	Cinco destinos de réveillon no Brasil: Rio, Fortaleza, Natal, Florianópolis e litoral norte paulista
11/11	Paris



18/11	“Apertem os cintos o piloto sumiu”
25/11	França, Suíça e Itália
2/12	Chile
9/12	São Paulo
16/12	Buenos Aires
23/12	Austrália

Conforme a tabela apresentada, ao contrário do que se pode imaginar, o Nordeste é um destino pouco explorado nos cadernos de Turismo. Somente no dia 21 de outubro uma reportagem de capa destaca um destino na região: no caso, a cidade de Salvador. No dia 4 de novembro, Fortaleza e Natal aparecem como “sugestões” de destinos para o réveillon.

Diante disso, é exposta uma nova tabela comparativa dos destinos por região:

Região	Quantidade de capas em 2010
América do Sul (Chile, Buenos Aires, Galápagos e Peru)	05
Sul do Brasil (Florianópolis, Londrina e Santa Catarina)	03
Oceania (Austrália)	01
Europa	09
Estados Unidos (Nova Iorque e Flórida)	04
Porto Rico	01
São Paulo	04
Nordeste	02
Matérias de serviço	07
África (Marrocos e Egito)	02
Ásia	02

Pela leitura das duas tabelas, o Nordeste aparece apenas duas vezes, mostrando ser um destino também pouco mencionado se comparado a qualquer outro destino “explorado”



pelo caderno: fica apenas a frente de Oceania e América Central. De qualquer forma, o jornal, no período de um ano, não dedicou qualquer reportagem às regiões Norte e Centro-Oeste do Brasil. Pode-se levar em consideração também a valorização da moeda nacional no final do ano de 2010 (chegou a valer menos de 2 dólares), o que pode ter incentivado o caderno a pautar mais reportagens sobre destinos fora do país.

Deve ser levado em consideração ainda o fato de somente em outubro uma reportagem dedicar capa à região. Nos meses de janeiro e fevereiro, o caderno de Turismo chegou a publicar algumas notas sobre o carnaval em Recife, Natal e Salvador. Na edição de 21 de janeiro, por exemplo, havia uma pequena nota sobre o carnaval de Pernambuco: “Animação de PE se revela em festa com bonecos gigantes”. Já na edição de 28 de janeiro, outra nota trazia um pequeno texto: “Em Natal, por exemplo, a folia ocorre nos meses que antecedem o feriado. Em fevereiro mesmo, a festança é pequena: se resume basicamente a desfiles de rua no bairro da Ribeira”.

Um dado curioso é que a cidade de São Paulo aparece quatro vezes no caderno. Uma das reportagens avaliava a qualidade dos albergues da juventude na cidade. As outras, no entanto, traziam a proposta de uma descoberta pelos paulistanos de destinos dentro da própria metrópole.

06. Sol, suor e praia

Por se tratar de uma pesquisa que se inicia, o trabalho optou pela mera reprodução, nesse momento, de duas reportagens sobre o Nordeste. São, sem dúvida, matérias que rendem leituras diferentes sobre o enquadramento que o caderno de Turismo optou. O texto sobre Salvador, por exemplo, fala de um aspecto mais “cultural” da cidade orientando o leitor a visitar igrejas, museus e o pelourinho. Já as matérias sobre Fortaleza e Natal são claras: “sol, suor e praia”. Por falta de espaço, reproduz-se a seguir apenas um “fac-símile” das páginas das duas breves reportagens sobre Natal e Fortaleza.



FOLHA DE S.PAULO

QUINTA-FEIRA, 4 DE NOVEMBRO DE 2010 ★ ★ ★ turismo F5

Natal prepara seu Carnaval antecipado

No ano em que comemora 20 anos, o Carnaval acontece entre os dias 2 e 5 de dezembro, no largo do Machadão

Foto: Pedro Carrilho - 8 Jan. 2009/Folhapress

Aproveite para passar de bugue pela praia de Genipabu e visitar o museu com o acervo que foi de Câmara Cascudo

SILVIO GIOFFI
EDITOR DE TURISMO

Natal (www.natalrn.gov.br) antecipa a folia de Carnaval para a primeira quinzena de dezembro — e pula o Carnaval, uma das maiores festas do gênero.

Pólo turístico emergente do Nordeste e ensolarada 300 dias por ano, Natal tem voos diretos para a Europa e é dona de resorts modernos — como o Ocean Palace, o Selas e o Pestana — ao longo da via Costeira.

Bem turísticos, os passeios de bugue na praia de Genipabu e a noite nos barzinhos da praia de Ponta Negra se opõem em densidade cultural às visitas ao casarão do folclorista, historiador e etnólogo Luís da Câmara Cascudo (1898-1986), na praça André de Albuquerque, 30, no bairro da Ribeira.

Memorial que reúne arte sacra, objetos indígenas, esquetes e fósseis, foi residência do autodenominado "provinciano incurável" que, devotado à cultura popular, escreveu 150 livros.

Passado presente Base militar dos EUA na Segunda Guerra (1939-1945), a capital potiguar foi a primeira cidade brasileira a engarrafar Coca-Cola.

A região foi possivelmente descoberta pelo espanhol Alonso de Hojeda, em 1499.

Estabelecida no longínquo ano de 1597, quando portugueses fundaram um povoado na planície arenosa próxima a floresta de mangue, Natal de fato virou uma vila num dia de Natal, em 25 de dezembro de 1599, sendo elevada à condição de cidade em 1611.

Até a ocupação lusa se consolidar, a região suscitou a cobiça de franceses, que, auxiliados por índios potiguares, contrabandeavam pau-brasil.

O forte dos Reis Magos, em forma de estrela, edificado de 1598 a 1628, é a construção mais antiga. Ela protegeu a cidade contra invasores franceses e holandeses — esses últimos o tomaram em 1633, mudando, até 1654, o nome da fortaleza para Keulen.

A capital potiguar se liga ao passado nas igrejas matriz Nossa Senhora da Apresentação (1694) e de Nossa Senhora do Rosário (1714).

Transformada em Centro de Turismo e em mercado de artesanato, o prédio da antiga Casa de Detenção também tem locais para comer.



Sossego na praia do RN

PACOTES

PREÇO POR PESSOA, EM APARTAMENTO DUPLA SEM AÉREO

R\$ 6.498
Sete noites no Manary Praia Hotel, com café, traslados, ceia de Révillon (sem bebidas) e ceia de Ano Novo. Na Designer Tours: 03/11/2181-2900; www.designertours.com.br.

COM AÉREO
R\$ 1.879
Sete noites no Marina Travel Praia Hotel, em apartamento duplo e com café da manhã. Com city tour. O pacote inclui aéreo. Na Luxtravel: 03/11/2017-5656; www.luxtravel.com.br.

R\$ 2.018
Sete noites no Natal Praia Hotel, em apartamento duplo, com café da manhã e passeio pela cidade. O pacote inclui a parte aérea e traslados. Na Decolar: 4003-9444; www.decolar.com.

R\$ 2.242
Sete noites no Areia de Ouro Apart Hotel, em apartamento duplo, com café da manhã e city tour incluídos. Na Turiscred: 03/11/3257-4000; www.turiscred.com.br.

R\$ 2.508
Sete noites no hotel Imirã Plaza, com direito a café da manhã e city tour até a praia do Pirangi. No pacote estão incluídas a passagem aérea e os traslados. Na Sem Fronteiras: 03/11/3853-4401; www.semfronteiras.tur.br.



Praia de Ponta Negra fica animada à noite

R\$ 3.550
Roteiro de sete noites de hospedagem (de 26/02 a 27/Jan) no Vip Praia Hotel, com café da manhã. Inclui a passagem aérea. Na Submarino Viagens: 4003-9888; www.submarinoviagens.com.br.

R\$ 4.630
Sete noites de hospedagem no Sertis Natal Grand Hotel, em apartamento duplo, com café da manhã. Inclui aéreo e traslados. Na Tereza Ferraz: 03/11/3021-1699; www.terezaferrazviagens.com.br.

NEW YORK, NEW YORK NA VERSÃO TIA AUGUSTA

LANÇAMENTO ORLANDO RADICAL
Saída: 04 de Julho
11 noites

ORLANDO FLY & DRIVE
Saída: 07 de Janeiro
10 noites

ORLANDO RADICAL & NEW YORK
Saída: 08 de Janeiro - 13 noites

A partir de entrada + **9x R\$ 521**

A partir de entrada + **9x R\$ 331**

A partir de entrada + **9x R\$ 644**

CONSULTE-NOS REVEILLON EM LAS VEGAS, BUENOS AIRES, SANTIAGO E PARIS

FAÇA JÁ SUA RESERVA!
11 3068 5111
www.tiaaugusta.com.br

Viajar é tudo de bom. Com a New Age é ainda melhor!

EUROPA

Passagem Aérea + 4 Noites de Hotel

Roma a partir de US\$ 1.139 ou US\$ 1.187	Paris a partir de US\$ 1.278 ou US\$ 1.182
Londres a partir de US\$ 1.160 ou US\$ 1.239	Madrid a partir de US\$ 1.220 ou US\$ 1.239

Excursões
Europa Express
Bruxelas, Burgos, Madrid, Bordeaux, Paris, Vale do Loire, Amsterdam
8 noites - até 03/12
R\$ 5.000,00 US\$ 2.180

Andaluzia e Costa do Sol
Cádiz, Córdoba, Costa do Sol, Granada, Jerez de La Frontera, Málaga, Sevilha, Mar de La Fronteira
7 noites - 06/11 a 04/12
R\$ 4.000,00 US\$ 2.276

Itália Bela
Assis, Florença, Milão, Pádua, Pisa, Roma, Siena, Veneza, Verona
8 noites - até 03/12
R\$ 4.000,00 US\$ 2.429

Europa Preferente
Florença, Nápoles, Heidelberg, Innsbruck, Bruxelas, Paris, Amsterdam, Assis, Florença, Pádua, Roma, Siena, Veneza, Verona, Lucerna, Zurique
13 noites - 08/11 a 06/12
R\$ 5.391,20 US\$ 2.884

Passo pela Europa
Hamburgo, Innsbruck, Calais, Paris, Assis, Florença, Pádua, Roma, Veneza, Verona, Dover, Londres
14 noites - 10/11 a 24/11
R\$ 5.216,00 US\$ 2.898

Triângulo Imperial com Polónia
Viena, Bratislava, Budapeste, Cracóvia, Copenhaga, Varsóvia, Praga
11 noites - até 02/12
R\$ 6.700,00 US\$ 3.727

FÉRIAS DE JANEIRO

LUGARES GARANTIDOS

DISNEY - saída 16/01
11 noites - 8 parques
ent. US\$ 777 + 9 x US\$ 262
sem hospedagem
R\$ 5.440,00

Guia acompanhante desde o Brasil
Teoriza 27 minutos de aulas em português. Equipe brasileira em Orlando 30h.

Cancun - saída 06/01 - 7 noites
ent. US\$ 436 + 9 x US\$ 146
R\$ 5.100,00

Varadero (all inclusive) e Havana
saída 03 a 09/01 - 7 noites
ent. US\$ 506 + 9 x US\$ 169
R\$ 5.640,00

Punta Cana (all inclusive)
saída 03, 06 e 14/01 - 7 noites
ent. US\$ 497 + 9 x US\$ 155*
R\$ 5.300,00

Paris - saída 02, 03, 05, 08 a 11/01 - 6 noites
ent. US\$ 391 + 9 x US\$ 135*
R\$ 5.200,00

Reveillon 2011

Dubai e Egito
Dubai, Assis, Cairo, Edfu, Luxor
saída 29/12 - 11 noites
ent. US\$ 1.317 + 9 x US\$ 438
R\$ 5.640,00

Marrocos
Casablanca, Fes, Marrakech, Meknes, Rabat - saída 29/12 - 9 noites
ent. US\$ 721 + 9 x US\$ 240
R\$ 5.100,00

Paris
saída 26 a 27/12 - 6 noites
ent. US\$ 786 + 9 x US\$ 263
R\$ 5.640,00

New York
saída 26/12 - 6 noites
ent. US\$ 786 + 9 x US\$ 263
R\$ 5.640,00

Aruba
saída 29 a 30/12 - 7 noites
ent. US\$ 789 + 9 x US\$ 262*
R\$ 5.640,00

Punta Cana (all inclusive)
saída 26/12 - 7 noites
ent. US\$ 614 + 9 x US\$ 206
R\$ 6.440,00

Santiago do Chile
saída 20/12 - 3 noites
ent. US\$ 283 + 9 x US\$ 89
R\$ 1.891,20

Buenos Aires
saída 30/12 - 3 noites
ent. US\$ 191 + 9 x US\$ 68
R\$ 1.440,00

Montevideo
saída 30/12 - 3 noites
ent. US\$ 261 + 9 x US\$ 78
R\$ 1.730,00

AMÉRICAS

Buenos Aires
3 noites - até 01/12
R\$ 1.060,00 US\$ 578

Chile - Lagos e Vulcões
Aconcagua, Puerto Montt, Puerto Varas, Santiago - 7 noites - até 13/12
R\$ 2.000,00 US\$ 1.425

Amanhecer em Machu Picchu
Aguas Calientes, Cusco, Lima, Machu Picchu - 6 noites - até 15/12
R\$ 2.477,00 US\$ 1.343

México Lindo
Cancun, Tancitaro - 7 noites - até 08/12
a partir de US\$ 2.100,00 US\$ 1.398

Cancun
6 noites - até 16/12
a partir de US\$ 2.000,00 US\$ 1.117

Aruba
6 noites - até 11/12
R\$ 2.400,00 US\$ 1.350

Punta Cana (all inclusive)
6 noites - até 17/12
R\$ 2.620,00 US\$ 1.464

EXÓTICOS

Marrocos
Casablanca, Fes, Marrakech, Meknes, Rabat - 7 noites - 12/11 a 03/12
R\$ 5.110,00 US\$ 1.841

Turquia Express
Capadocia, Istanbul
6 noites 13/12 a 27/12
R\$ 1.800,00 US\$ 2.187

Egito com cruzeiro de 3 noites
Assis, Cairo, Edfu, Assis, Kom Ombo, Luxor - 6 noites
até 07/12
R\$ 4.750,00 US\$ 2.641

Terra Santa para Brasileiros
Belem, Galiléia, Haifa, Jerusalém, Nazareth, Tel Aviv
saída 18/01, 06/02 e 26/12
7 noites a partir de US\$ 4.850,00 US\$ 2.698*

Israel, Jordânia e Egito com cruzeiro
Belem, Galiléia, Jerusalém, Nazareth, Tel Aviv, Amman, Petra, Assis, Cairo, Edfu, Assis, Kom Ombo, Luxor
16 noites - até 05/12
R\$ 5.180,00 US\$ 5.077

São Paulo - (11) 3138-8888
Toll Free - 0800-170677
Rio Preto - (17) 3211-2660

Nossos roteiros incluem aéreo + terrestre. Consulte seu agente de viagem.

NEW AGE
TOUR OPERATOR
www.newage.tur.br

ADVTour
realiza seu sonho!
www.advtour.com.br
(11) 2167 0677
ou ligue grátis
0800 724 04 11

SUPER PROMOÇÃO PARA O CARIBE MEXICANO EM 7 X SEM JUROS!

CANCUN
06 noites - a partir de US\$ 1.098
ou entrada de R\$ 600 + 6x de R\$ 233

RIVIERA MAYA
05 noites - a partir de US\$ 1.218
ou entrada de R\$ 665 + 6x de R\$ 250

ÚLTIMOS LUGARES PARA REVEILLON EM 10X SEM JUROS

BUENOS AIRES Saída 29/12
03 noites - sem aéreo - a partir de US\$ 570
ou entrada de R\$ 310 + 9x de R\$ 82

SANTIAGO DO CHILE Saída 29/12
04 noites - sem aéreo - a partir de US\$ 1.268
ou entrada de R\$ 692 + 9x de R\$ 179

PARIS Saída 29/12
06 noites - a partir de US\$ 2.168
ou entrada de R\$ 1.184 + 9x de R\$ 307

GARANTA SUAS FÉRIAS

Saídas garantidas todos os sábados de janeiro!

CANCUN Saída 21/01
07 noites - a partir de US\$ 2.298
ou entrada de R\$ 1.238 + 9x de R\$ 321

RIVIERA MAYA Saída 25 e 31/01
07 noites - "all inclusive" - a partir de US\$ 2.498
ou entrada de R\$ 1.304 + 9x de R\$ 354

PUNTA CANA Saída 28/01
07 noites - "all inclusive" - a partir de US\$ 2.698
ou entrada de R\$ 1.473 + 9x de R\$ 382

BARBADOS Saída 01, 08, 15 e 22/01
07 noites - a partir de US\$ 1.540
ou entrada de R\$ 846 + 9x de R\$ 219

CURAUÃO Saída 02, 09, 16 e 23/01
07 noites - a partir de US\$ 1.726
ou entrada de R\$ 942 + 9x de R\$ 244

ARUBA Saída 08, 15 e 22/01
a partir de US\$ 2.039
ou entrada de R\$ 1.113 + 9x de R\$ 289

BAIXA TEMPORADA EM 7X SEM JUROS!

PUNTA DEL ESTE
03 noites - a partir de US\$ 578
ou entrada de R\$ 316 + 6x de R\$ 123

MIAMI ORLANDO FLY & DRIVE
06 noites - a partir de US\$ 1.459
ou entrada de R\$ 797 + 6x de R\$ 310



07. Considerações finais

O artigo apresentou uma pesquisa preliminar desenvolvida no âmbito do Grupo Mídia, Imagens e Representações da Universidade Federal do Ceará (UFCE) – campus Cariri. Afastando-se da noção de que as notícias (informação jornalística) são como são porque a realidade assim as determina – o que Nelson Traquina (1999) vai chamar de paradigma do espelho – o trabalho pretende avançar diante da noção de que a notícia é uma construção social.

Stuart Hall (1999) fala que diante de um “mar de acontecimentos”, a imprensa constrói suas narrativas jornalísticas a partir do que ele chama de “mapas de significado”. Estes seriam “noções do senso comum” compreensíveis a um público leitor de um veículo de comunicação de massa. Isso pode sugerir um pontapé inicial para a análise futura das reportagens. Os textos representam “mapas de significado” diante de noções do senso comum sobre imagens do Nordeste? Eis algo a ser analisado a partir do discurso e das imagens.

Outra possibilidade de leitura poderá se dar através da escolha das estratégias narrativas delimitando-se, entre outras coisas, fontes das reportagens, comparações presentes no texto, metáforas e as próprias imagens propriamente ditas.

Conscientes das limitações do trabalho, espera-se dialogar com outros pesquisadores da área, através de uma leitura crítica, para que contribuições possam advir diante do reconhecimento tácito do longo caminho aberto a percorrer.

Referências

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras Artes**. São Paulo, Cortez, 2009.

ARBEX JR., José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo, Casa Amarela, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1999.

CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro, EDUFRRJ, 2006.

CAPELATO, Maria Helena. **História da Folha de S. Paulo**. São Paulo, Impres., 1981.



HALL, Stuart. **A Produção Social das Notícias** In: Traquina, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias, Lisboa, Vega, 1999.**

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas.** Campinas, Ed. Unicamp, 1993.

MAMEDE, Maria Amélia. **A construção do Nordeste pela mídia.** Fortaleza, SECULT, 1996.

ONFRAY, Michel. **Teoria da viagem.** Porto Alegre, L&PM, 2009.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias.** São Paulo, Summus, 1988.

SODRÉ, Muniz. **Técnica de reportagem e entrevista.** São Paulo, Summus, 1986.

TASCHNER, Gisela. **Cultura, consumo e cidadania.** São Paulo, Ed.FGV, 2009.

_____. **Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil.** São Paulo, Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Lisboa, Veja, 1999.

Manual de Redação da Folha de S. Paulo, 1992.