

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Bacharelado em Jornalismo

**JORNALISMO A SERVIÇO DO TURISMO: ANÁLISE CRÍTICA DE
REPORTAGENS IMPRESSAS**

KARINA MORETI DE CAMARGO

Orientador: Prof. Ms. Luiz Henrique Marques
Co-Orientador: Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas

BAURU
2007

KARINA MORETI DE CAMARGO

**Jornalismo A Serviço do Turismo: Análise Crítica de Reportagens
Impressas**

Monografia apresentada para a
obtenção do grau de Bacharel
em Comunicação Social –
habilitação em jornalismo



BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Esp. Sandra Mara Firmino
Examinadora

Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas
Examinador

Prof. Ms. Luís Henrique Marques
Orientador

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a DEUS que me deu forças nos momentos decisivos.

Aos meus pais Benedito e Vera Lúcia, que sempre foram meus maiores incentivadores.

Ao meu querido namorado, Denilson sem o qual este trabalho não teria saído e pela força que me deu em todos os momentos.

Ao meu orientador Prof. Ms. Luís Henrique Marques pelas horas de trabalho dispensadas e pelo amigo como se apresentou no término desta monografia.

Ao meu co-orientador Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas, a quem pude tirar todas as dúvidas sobre turismo, que me ajudou e muito desde as primeiras linhas deste trabalho.

A Prof^a. Ms. Sandra Mara Faria que me deu a honra de sua presença em minha banca.

Ao Prof. Ms. Ivan José Abel, uma das primeiras pessoas a me dar à mão nesta universidade.

A coordenadora da área Roseane Andrelo, a quem devo muitas horas de aprendizado na área radiofônica.

A grande amiga Maria Silvia Cardoso, que esteve sempre comigo nas boas e más horas.

Ao meu querido amigo Edson Tarcísio de Carvalho, que sempre prontamente esteve ao meu lado, nas horas de trabalho e nas de festa e claro também quando nada dava certo.

A mãe Olívia Santa Rosa, sem a qual possivelmente não teria terminado este curso.

A todos os professores desta universidade de uma forma ou de outra contribuíram para a finalização deste trabalho.

E a todos os amigos que sempre acreditaram no sucesso dessa monografia.

"Sim, eu semei, mas vocês cultivaram, vocês fizeram crescer a semente. Hoje é uma árvore, já tem galhos, tem botões, já tem flores e já está começando a dar frutos. Claro, semear é importante. Mas o semear de nada vale se não se cultivar, e isto vocês fizeram. Isto é de vocês. Este é o resultado da Amizade, este é o resultado da Fidelidade, este é o resultado do Esforço, este é o resultado de Homens com "H" maiúsculo."

Dr. Celso Charuri

RESUMO

Este trabalho pretende provocar reflexões sobre o fazer jornalístico no âmbito dos cadernos ou editorias de turismo nos veículos de comunicação escolhidos à análise. Não é o objetivo apresentar respostas definitivas quanto à forma, haja vista que essa é dinâmica e evolutiva, mas, em relação ao seu conteúdo que deve, sempre, estar presente e responder às perguntas de quem busca a informação independentemente de como essa é apresentada. Nesse sentido, o presente estudo é uma análise crítica sobre a quantidade e qualidade das informações oferecidas aos leitores de jornais impressos, especificamente na seção ou editoria de turismo, tendo-se como suporte de avaliação o conceito de uma das atividades mais importantes em termos econômicos para os países, em especial os emergentes, bem como no âmbito do lazer, e o enfoque informacional nos veículos escolhidos de comunicação impressa.

Palavras-chave: Comunicação, jornalismo, reportagem, turismo, viagens e lazer.

ABSTRACT

The corpus of this monograph pretends to challenge (provoke) reflections on journalistic making in the scope of notebooks or editorial of tourism in the chosen vehicles of communication to the analysis. It is not objective to present definitive answers about the form of them, because has seen this is dynamic and evolutive, but, in relation to its content that must always be present and answer to the questions of who search the information, no mind how it is presented. In this direction, the study it is a critical analysis of the amount and quality of the information offered to the printed periodical readers, specifically in the section or editorials of tourism, having as an evaluation support the concept that tourism is one of the most important activities in economic terms for countries, in special the emergent ones, as well as in the scope of the leisure, and the informational approach in the chosen printed vehicles of communication. The expectation is of that this work serve as a support to all those that to desire to invest in communication of excellent content on the subject, and this fact to serves the tourism investor, that can stimulate in the support or sponsorship of specific publications and access to the interest public, to periodicals that can also improve the contents and to the reader/tourist that they must demand publications of quality.

Key-Works: Communication, journalism, reporter, tourism, tour e lazer.

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 – Frequência de apresentação das categorias turísticas nas reportagens | 37 |
| Quadro 2 – Piraju | 39 |
| Quadro 3 – Santa e Bela Catarina | 41 |
| Quadro 4 – Barra mais que Bonita / A arte em barro e talento | 43 |
| Quadro 5 – Águas quente/Hot Park e o Parque das fontes | 45 |
| Quadro 6 – São Carlos, Araraquara e Dourado/Vinho e esqui à paulista | 47 |
| Quadro 7 – Pólo Cuesta | 49 |
| Quadro 8 – Patagônia: O lugar mais lindo do planeta é onde o vento faz a curva/Localização/ Natureza virgem e o tempo/ Navegar é preciso..... | 51 |
| Quadro 9 - Alambiques e o café de Cristina | 53 |
| Quadro 10 - Timburi: De onde se avista o Paraná..... | 55 |
| Quadro 11 - Porto de Galinhas | 57 |
| Quadro 12 - Emirados Árabes: Dubai vira paraíso de arquitetos e endinheirados/Arranha- céu mais alto do planeta terá 162 andares/Tamareiras disputam espaço com obras/Confira preços de pacotes para Dubai. | 59 |
| Quadro 13 - São Petersburgo: Cravada na Rússia, cidade optou por ocidentalização/Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos/Confira opções de pacotes..... | 61 |
| Quadro 14 - Lhasa, a capital do Tibete, é hoje uma cidade “chinesa” | 63 |
| Quadro 15 - Havaí usa traje causal todo dia da semana/Luaus apresentam hula para turistas/Distância e falta de transporte público exigem viagens de carro pelo Havaí/Cratera vira aquário natural no Havaí/Vulcão serve de Lua para a Nasa. | 65 |
| Quadro 16 - NY: Cidade quer atrair turistas com “simpatia” e celebridades/Visto é o principal problema do estrangeiro que quer ir à cidade/Knicks e fãs famosos consagram Madison Square Garden/Confira pacotes para viajar à cidade..... | 67 |
| Quadro 17 - Vivo e ruidoso, Benin sintetiza continente africano | 69 |
| Quadro 18 - Uruguai: Em Montevideú, turista viaja no tempo/Montevideú mostrar pátria e paródia em seus museus/Passeio desvenda Ciudad Vieja em Montevideú/ Veja pacotes com aéreo e rodoviário e cruzeiros para Montevideú. | 71 |
| Quadro 19 - Lendas e mitos para entender um país..... | 73 |
| Quadro 20 - A beleza da cidade de Glasgow / Muitas histórias e belas paisagens na terra dos ‘highlanders’ | 75 |

| | |
|---|----|
| Quadro 21 - Tão próximas e tão diferentes | 77 |
| Quadro 22 - Além de experts, verdadeiros apaixonados..... | 79 |
| Quadro 23 - União de esforços para proteger paraísos..... | 81 |
| Quadro 24 - Pegue um mapa e descubra o centro | 83 |
| Quadro 25 - De trem pela Europa: livre, leve e solto | 85 |
| Quadro 26 - Aprenda escolher um spa para chamar de seu / Ilhas de bem-estar no meio do caos/ Roteiros incluem mimos em alto-mar..... | 87 |
| Quadro 27 - Aura mítica não atrapalha viagem ao Egito/Arredor do Cairo ecoa universo dos faraós/Faraós gigantes guardam santuário no sul de Assua/Confira opções de pacotes para o Egito..... | 89 |
| Quadro 28 - Primavera no interior / A Itália paulista..... | 91 |
| Quadro 29 - Fuja das clássicas armadilhas..... | 93 |
| Quadro 30 - Inesperado Caminho dos Andes | 95 |
| Quadro 31 - Veneza: Livros inspiram ida à cidade que recebe 15 mi de turistas ao ano/Caipirinha a R\$ 42 reflete supremacia de turistas/Confira opções de pacotes para a cidade..... | 97 |

SUMÁRIO

| | |
|---|------------|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 14 |
| 2.1 O Turismo na atualidade..... | 14 |
| 2.2 Comunicação e jornalismo | 19 |
| 2.2.1 Redação jornalística..... | 20 |
| 2.2.2 A Pauta | 22 |
| 2.2.3 A Reportagem..... | 23 |
| 2.3 Relação entre o Turismo e o Jornalismo..... | 25 |
| 2.3.1 Editoria de Turismo..... | 26 |
| 2.3.2 Classificação da oferta turística..... | 27 |
| 3 OBJETIVOS | 32 |
| 3.1 Objetivo Geral..... | 32 |
| 3.2 Objetivos Específicos..... | 32 |
| 4 MATERIAIS E MÉTODOS | 34 |
| 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES | 36 |
| 5.1 Resultados..... | 36 |
| 5.2 Discussões..... | 98 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 102 |
| REFERÊNCIAS | 104 |
| APÊNDICE | 106 |
| ANEXOS | 109 |

INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística, sem dúvida, tornou-se uma realidade econômica, social, cultural e política. Hoje, é possível encontrar o assunto em todos os veículos de comunicação. Mesmo assim, existem algumas dificuldades de uma abordagem jornalística sobre o tema. Por exemplo: nos cadernos de Turismo que são publicados semanalmente pelos jornais regionais ou de circulação nacional, o que mais se destaca são propagandas publicitárias de empresas operadoras e de recepção, hotéis dos mais diversificados padrões. Há pobreza singular de informação nas matérias jornalísticas que são relevantes à orientação do turista, no sentido de esse fazer o melhor aproveitamento da sua viagem de passeio.

Até aqui, e conforme este estudo, não foi encontrada a melhor forma de expor, nas matérias jornalísticas, as destinações turísticas, as informações realmente relevantes ao leitor, potencialmente turista, já que há dificuldades na abordagem do tema pelos veículos de comunicação, sobretudo pelo jornal impresso, objeto de estudo deste trabalho.

Um dos problemas encontrados pelos empresários do jornalismo é o de enviar um repórter para as inúmeras destinações turísticas já consolidadas ou potenciais, em função dos altos custos para manter uma equipe no local, além do tempo gasto. Assim, muitas vezes, o que acaba sendo passado indiretamente para o público são os *releases* feitos por assessores de imprensa de hotéis, agências e prefeituras de municípios turísticos, entre outros.

Isso contribui para uma visão, por vezes, deturpada ou comercialmente viciada do local e cultura visitados. Nesse sentido, as matérias de agências trazem ao turista, informações sobre o local, mas ficam devendo informações sobre algumas dificuldades que o viajante possa vir a ter. Não há também orientações para a prática de um turismo sustentável, que respeite os recursos culturais e naturais.

Este trabalho busca, pois, tratar da relação entre o turismo e o jornalismo, suas características e funções sociais. Outra proposta é identificar os aspectos fundamentais do turismo e suas aplicações na matéria jornalística produzida para cadernos de turismo em jornalismo impresso. Serão analisadas matérias assinadas dos cadernos de turismo dos jornais: *O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo* (de âmbito nacional) e *Jornal da Cidade* (de âmbito regional Bauru). Foram utilizados estes meios pois a região é carente de outros meios impressos que possuem cadernos especializados em turismo.

Como o jornalismo interfere na vida dos turistas? Até que ponto pode influenciar no destino a ser escolhido? E como uma matéria jornalística pode abordar uma viagem turística sem se limitar a atender apenas as exigências de mercado, respeitando e estimulando a busca pelo conhecimento da riqueza cultural das comunidades e, ao mesmo tempo, as exigências de lazer do turista? São questões que este trabalho pretende responder.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Turismo na atualidade

Hoje, quando se fala em dia de folga, muitos pensam logo em uma viagem para relaxamento, descanso. Para muita gente, a idéia de um passeio turístico está relacionada à vida moderna. Ledo engano. Há muitos séculos já se faziam passeios com este intuito. Os primeiros a se utilizarem das viagens como meio de refazer as forças em busca de divertimento foram os romanos, como descreve Barreto (1997, p. 45):

Os romanos teriam sido os primeiros a viajar por prazer. Informações obtidas através de pinturas pré-históricas, azulejos, placas, vasos, mapas, demonstram que os romanos iam à praia e aos *spas*, buscando, nas primeiras, divertimento (há registros pictóricos de moças usando biquíni, jogando bola de praia), e nos segundos, cura. Houve uma praia chamada Baías, perto de Nauplia (atual Nápoles) e do porto imperial, que era *resort* de inverno e de verão.

Mas o conceito de turismo só se apresenta como é conhecido atualmente no século XVII, com a revolução industrial. E, mesmo assim, só para os mais afortunados monetariamente. E apesar do turismo, hoje em dia, ser associado ao lazer, a palavra tem origem no hebraico cujo significado original seria “viagem de reconhecimento”, segundo Barreto (1997, p. 43):

O conceito de turismo surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem. A palavra *tour* é de ordem francesa, como muitas palavras do inglês moderno que definem conceitos ligados à riqueza e à classe privilegiada. Isso aconteceu porque, durante o tempo em que a Inglaterra esteve ocupada pelos franceses (normandos, século X até o XIV), a corte passou a falar francês, e o inglês escrito quase desapareceu. A palavra *tour* quer dizer *volta* e tem seu equivalente no inglês *turn*, e no latim *tornare*. O pesquisador suíço Artur Haulot acredita que a origem da palavra está no hebraico *Tur* que aparece na Bíblia com o significado de viagem de reconhecimento.

A queda do Império de Roma trouxe graves mudanças fazendo com que o povo romano não fosse mais a esses lugares em busca de lazer e descanso. “Com o desaparecimento do Império Romano houve um grande declínio do comércio, as viagens de prazer acabaram e as estradas começaram a deteriorar-se e até mesmo destruir-se totalmente”, (BARRETO, 1997, p. 45).

Séculos mais tarde, após o advento da Revolução Industrial (século XVIII), surge uma nova categoria social, a classe média, que começou a realizar as primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente de viagens. Esse é o início do turismo moderno, que sempre esteve ligado ao desenvolvimento tecnológico, ou seja, à evolução do transporte e das formas de produção.

O turismo do século XIX esteve marcado pelo trem em nível nacional e pelo navio em nível internacional. A sociedade toda esteve marcada pelas conseqüências desta melhora nos transportes nas áreas de comércio, indústria, serviços e na recolocação de mão-de-obra. As pessoas deixaram de trabalhar na terra e passaram a fazê-lo nas indústrias de manufatura, depois nos transportes, especialmente na ferrovia e, finalmente, no setor terciário ligado à navegação. Apareceu uma classe média que passou a ter cada vez melhores salários, podendo pagar entretenimentos como futebol e corridas de cavalo (*Ibid*, p. 51).

Campos e Gonçalves (1998, p. 13) explicam que, com o desenvolvimento tecnológico dos equipamentos e atividades específicas, o lazer se tornou um bem de consumo, gerando um mercado para iniciativas de turismo. Com todas as facilidades que a modernização trouxe, as pessoas tiveram mais chances para conhecer novos lugares.

O chamado turismo romântico nasce no século XVIII. Segundo Barreto (*Ibid*, p. 51), antes deste movimento, ninguém considerava os Alpes Suíços uma bela paisagem. Pelo contrário, as pessoas desse período costumavam descrevê-lo como sendo algo “horrrível”. Com o novo conceito, a Suíça transformou-se na maior atração da Europa, principalmente após a introdução da prática de esqui no país.

Um dos grandes responsáveis pelo fortalecimento do turismo foi o capitalismo industrial. Em função do desenvolvimento das pesquisas tecnológicas e da organização da produção industrial, também a exigência do lazer ganhou força. Com a nova situação social, os trabalhadores puderam começar a viajar e formaram um novo tipo de turismo, valorizando o conhecimento e a informação.

As conquistas sociais dos trabalhadores criaram um quadro favorável às viagens, numa sociedade em que o contato com outros povos e outras culturas passou a ser valorizado, inclusive como forma de ampliar conhecimento e informação (CAMPOS; GONÇALVES, 1998, p. 14).

O turismo experimentou um expressivo desenvolvimento na década de 1950, mas está na década de 1960 o marco referencial de sua explosão como fenômeno de massa, principalmente com os avanços dos recursos de comunicação e de informatização, o que

assegurou aos viajantes atuais uma qualidade de serviços e um nível de conforto sem precedentes.

Campos e Gonçalves (1998, p. 11) abordam a dificuldade de definir turismo e suas manifestações durante a história:

A insuficiência das definições para o entendimento da atividade turística deve-se ao fato de que o turismo é um fenômeno complexo. Ele se manifesta e se expande devido a modificações históricas, que interferem nos mais diversos aspectos – econômicos, culturais e políticos – que compõem as relações sociais.

Ainda segundo Campos e Gonçalves (*Ibid*, p. 9), a definição para turismo mais comum seria viagem. “Em termos bem gerais, pode-se dizer que o turismo é a ‘viagem’ ou excursão feita por prazer a locais que despertam interesse”. Mas para que uma viagem seja considerada de turismo, também são necessárias pessoas profissionalmente capacitadas que possam acolher o turista.

A viagem é, sem dúvida, a forma mais concreta de manifestações do turismo. Mas o turismo é muito mais que isso. É também um campo de atividade profissional, que exige pessoal preparado para criar e gerenciar os serviços necessários a sua execução, além de importante fator de desenvolvimento econômico, em escala nacional e internacional (CAMPOS; GONÇALVES, *Ibid*, p. 9).

De la Torre (*apud* Barreto, 1992, p.19) concorda com o argumento segundo o qual o turismo é mais que viagens. Para ele, é necessário também considerar aspectos sociais e humanistas.

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

São utilizadas algumas normas para que uma viagem seja considerada turismo. Por exemplo, viagens de trabalho não são consideradas turísticas. “Uma viagem de negócios não pode ser considerada turística a partir do momento em que há finalidade lucrativa e a pessoa está realmente a trabalho e não por vontade própria”, explica Barreto (1997, p. 21).

Segundo este autor (p. 13), outras viagens que não são consideradas turismo são as viagens de estudo, viagens para visitar parentes em ocasiões especiais, como doença ou

morte. Campos e Gonçalves (1998, p. 10) concordam com o argumento. Para eles, só deve ser considerado turismo as viagens que levem a pessoa a momentos de lazer.

Existem, assim, normas para que uma pessoa possa ser considerada turista. Os organismos internacionais de turismo o definem como aquele:

que efetua uma viagem a logradouro aprazível ou que disponha de atrações culturais, científicas ou de interesse específico, ou ainda, atrações especiais de lazer e diversão, relativamente afastado de seu domicílio e fora de sua cidade ou região, nela permanecendo por mais de vinte e quatro horas e menos de três meses (CAMPOS; GONÇALVES, 1998, p. 10).

Sobre a definição de turista, De La Torre (*apud* Barreto, *Ibid*, p. 25), fundamentando-se em conceitos adotados pela Organização Mundial de Turismo e pela União Internacional das Organizações Oficiais de viagens: “O 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”.

Um documento da União Internacional das Organizações Oficiais de Viagens, de 1968, complementa a definição de turista como um tipo de viajante diferente do excursionista. Segundo esse documento, o turista é:

Toda pessoa que visita um país diferente daquele em que reside habitualmente, por qualquer razão que não seja realizar um trabalho remunerado. Entre os visitantes estão os turistas e os excursionistas. Os turistas são visitantes que realizam pelo menos um pernoite num país ou região e permanecem um mínimo de 24 horas. Os excursionistas são, para a luoto, aqueles visitantes que não param para um pernoite, mas que atravessam o país ou região. Um excursionista permanece por menos de 24 horas e inclui viajantes de um dia e pessoas fazendo cruzeiros (BARRETO 1997, p. 25).

Locais que são considerados atrasados, por meio do turismo, melhoram a vida de sua população com a criação de zonas turísticas. “Quando são criados pólos de turismo nas regiões atrasadas, eles atraem visitantes de maior poder aquisitivo das regiões desenvolvidas. Dessa forma, há uma melhor distribuição de renda entre as regiões”. (CAMPOS; GONÇALVES, *Ibid*, p. 25). Nielsen (2002, p. 95) complementa: “à medida que a tecnologia avança a passos rápidos, aquelas regiões turísticas que utilizam a moderna tecnologia aumentam suas chances de prosperar num ambiente turístico que muda rapidamente”.

O turismo também influencia muitas áreas da sociedade. Uma delas é a economia. Graças à atividade turística, muitas pessoas têm onde trabalhar nas localidades de visitação. Segundo Campos e Gonçalves (*Ibid*, p. 24), são estes fatores que, muitas vezes, propiciam crescimento ao núcleo receptor. “Os negócios decorrentes do turismo são capazes de propiciar crescimento econômico ao núcleo receptor, uma vez que contribuem para aumentar a oferta de empregos, renda, nível de vida e, ainda, ativar outros setores produtivos”.

A atividade turística, somada a operações de natureza econômica, é o que mantém a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e fora de um país, cidade ou região, explicam Campos e Gonçalves (1998, p. 10). Tudo deve ser preparado para que o turista tenha as melhores impressões sobre o local. “Para que uma pessoa possa viajar existe toda uma equipe que faz o planejamento do receptor e que presta serviços no local; que providencia vias de acesso, saneamento básico, alojamento, alimentação, recreação”. (BARRETO, 1997, p. 14).

Além de ser uma atividade altamente lucrativa, Campos e Gonçalves (*Ibid*, p. 23) relatam que, na cultura contemporânea, o turismo é uma atividade altamente sofisticada, que movimenta bilhões de dólares por ano. Economicamente, o turismo só perde para as indústrias bélica e petrolífera.

As pessoas gostam de viajar, conhecer novos lugares, novas culturas. Para cada tipo de viagem, o profissional de turismo deve adequar-se a um diferente tipo de turista. É o que argumenta Nielsen (2002, p. 50): “O reconhecimento de que há diferentes motivos para viajar permite às organizações do ramo turístico otimizar tempo e esforços para atender aos seus clientes”.

Para que a viagem turística agrade ao turista, também é necessário definir prioridades como local, faixa econômica e finalidades. “Ao reconhecer que cada indivíduo é diferente, o turismo pode ser definido de modo a adaptar o impacto da experiência de cada pessoa” (NIELSEN, *Ibid*, p 14).

É bom salientar que o turista busca gratificação no que diz respeito às sensações que o passeio possa proporcionar. Dentro desta norma, é necessária uma oferta turística que vá ao encontro do viajante. “A oferta turística é representada pelo conjunto de atrações naturais e artificiais, assim como pelos serviços de uma cidade ou país que atraem as pessoas, despertando-lhes o desejo de visitá-los” (CAMPOS; GONÇALVES, *Ibid*, p. 26).

As ofertas turísticas são divididas em duas: natural e a artificial, como explicam Campos e Gonçalves, (*Ibid*, p. 27).

A oferta turística natural compreende o clima, a configuração física, a flora e a fauna, além de sítios com propriedades terapêuticas, como as fontes naturais de água mineral, fontes térmicas, etc. A oferta turística artificial corresponde aos bens ou acontecimentos representativos dos aspectos históricos, culturais e religiosos de uma dada comunidade; por exemplo: monumentos históricos, construções religiosas, museus, galerias de arte, teatros, bibliotecas, folclore, assim como eventos tradicionais – feiras, exposições, carnaval, celebrações de festas, peregrinações, entre outros.

Campos e Gonçalves (1998, p. 26) afirmam que, além disso, é necessário que exista, dentro das ofertas, “infra-estrutura básica da localidade e uma infra-estrutura de turismo, representada pela rede de hospedagem e de alimentação, além de serviços de recepção, informação e guia para o turista”.

Para um turista conhecer o local turístico, antes de visitá-lo, são necessários programas de viagem, livros, folhetos ou matérias de jornais. É justamente neste último aspecto que o entra o profissional de jornalismo.

2.2 Comunicação e jornalismo

A comunicação sempre esteve presente nas viagens. Os exploradores comunicavam as suas descobertas, contavam tudo o que observavam nas novas terras. As viagens eram feitas posteriormente sem maiores problemas. Pero Vaz de Caminha, conforme citações históricas sobre o descobrimento do Brasil, teria efetuado o relato ao rei Dom João VI sobre as novas terras descobertas pelas expedições portuguesas, certamente, no estilo rebuscado que lhe era peculiar.

Atualmente, na busca de levar estas e outras informações ao seu público de forma simples e objetiva, o jornalista utiliza a linguagem coloquial em seus textos para que o leitor (consumidor) possa entender facilmente a informação. Se, ao invés disso, se utiliza de linguagem erudita, provavelmente, não abrangerá a maioria dos leitores. Por isso, para Nielsen (2002, p. 26), a comunicação feita pelo jornal deve ser simples para que consiga chegar até o público mais diferenciado possível, podendo ser lido por pessoas das classes mais elevadas a pessoas de educação simples.

O ato da comunicação em si é um processo cuja realização eficiente é prejudicada quando se trata de um público distante e variado. Assim, a

comunicação existe em um nível de massa (a mídia pública ou não pessoal), entre indivíduos (mídia interpessoal ou pessoal) e entre um número limitado de pessoas (pequeno grupo), (NIELSEN, *Ibid*, p. 26).

Segundo Signer (2001, p. 60), “o jornalismo não é literatura, estando mais para uma conversa com o leitor. O jornalismo é o intermediário que o público tem para ter acesso às fontes de informação. O texto jornalístico deve ser claro, preciso, direto, objetivo e conciso”.

Marques (2003, p. 7), nesse sentido, afirma que “o texto noticioso deve ter uma relação clara com o fato. O primeiro não deve ir além do segundo”.

2.2.1 Redação jornalística

Para se produzir um texto jornalístico, deve-se obedecer, segundo Signer (2001, p. 60), a uma série de requisitos, tais como:

- o número de parágrafos;
- o desenvolvimento lógico, isto é, o começo, o meio e o fim;
- não pode haver períodos muitos longos e/ou confusos;
- não se deve repetir o tempo todo as mesmas palavras ou frases;
- deve-se respeitar as regras de acentuação, concordância verbal e nominal, pontuação e ortografia.

Na redação jornalística, a notícia deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público para que os jornais sejam lidos com rapidez e facilidade. Além disso, os principais fatos devem estar contidos no início do texto. Existem outras formas de redação como a chamada “pirâmide invertida”, apresentação das informações de um texto impresso de acordo com o grau de importância dos fatos. Nesse caso, o lide (do inglês *lead*, que significa “abertura”) responde as perguntas em relação ao fato a ser noticiado: Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?

Noblat (2003, p. 37) explica que a missão do jornalista é mais que apenas informar. Ele deve também saber contar histórias. “A maneira ideal de contar uma história pode ser por meio do texto”. Para escrever sobre um assunto, é preciso partir de uma idéia geral, simplificada e atualizada. O jornalista deve partir do pressuposto segundo o qual o leitor não sabe nada sobre o acontecimento.

“O texto como um todo, exige exatidão (para não enganar o leitor); clareza (para que ele entenda o que lê) e concisão (para não desperdiçar nem o tempo dele nem o espaço do jornal), isto é, o que pode ser dito em uma linha não deve ser dito em duas”, afirma Marques (2003, p. 8).

Dentro do texto jornalístico é importante haver uma ordem lógica, como explica o Manual de Redação do jornal *Folha de S. Paulo*:

Cada frase deve conter uma só idéia. Frases curtas são mais eficientes que as longas. O tamanho ideal é entre uma linha e linha e meia de setenta toques datilográficos (...) Só se deve iniciar frases com declarações textuais quando estas forem muito importantes. Não se deve iniciar frases com advérbios, pronomes pessoais do caso oblíquo, adjetivos ou interjeições. Não usar conjunções depois de pontos. (p. 30)

A redação jornalística deve seguir uma ordem para facilitar a leitura, como explica Marques (*Ibid*, p. 10).

Preferir a ordem direta para facilitar a leitura (sujeito + verbo + predicado). O uso da 3ª pessoa é OBRIGATÓRIO: a retórica da notícia é referencial, por definição.

É preciso tratar a fonte impessoalmente. Além disso, sobre o tratamento do personagem da notícia, recomenda-se a não utilização de palavras depreciativas, injuriosas e estereótipos. É o que recomenda o Manual da *Folha de São Paulo*. “Não tratar qualquer personagem da notícia como ‘elemento’, ‘marginal’, ‘trombadinha’, ‘pivete’ (...) ‘pé rapado’, ‘pobretão’, ‘milionário’, ‘preto’, ‘china’, ‘japa’(...)”. (p. 45)

Existem vários gêneros jornalísticos no jornal impresso, entre os quais, neste trabalho, trataremos como objeto de análise a reportagem. Para melhor compreendê-la, apresentaremos noções fundamentais dos outros gêneros que, fundamentalmente, se dividem em dois grupos, cada um dos quais relativos a uma função básica do jornalismo: opinar e informar.

Pertencem ao grupo dos textos jornalísticos opinativos o editorial e o artigo. O primeiro consiste num espaço para sustentação da posição do jornal em relação a um tema da atualidade ou da edição em que o mesmo é publicado. É a voz do dono (ou equipe) do jornal e não é assinado.

Já o segundo é um texto escrito em primeira pessoa, por jornalistas ou colaboradores que traz a opinião de quem o assina, a qual, normalmente, possui notoriedade

no âmbito profissional, político ou acadêmico, o que lhe dá autoridade sobre um determinado tema.

Entre os textos jornalísticos informativos mais comuns encontram-se a notícia, a nota (e o *suelto*), o perfil e a reportagem. A notícia consiste no simples registro dos fatos. Este texto é o mais puramente jornalístico, não traz comentários, julgamentos nem interpretações explícitas por parte do redator. Os assuntos escolhidos para a matéria são selecionados pela atualidade e interesse público, entre outros critérios possíveis.

A nota é o resumo da notícia. Sua variação, o *suelto*, hoje não é mais utilizada pelos veículos impressos: é uma nota seguida de breves comentários. Já o perfil é uma reportagem bibliográfica; traz em si declarações da personagem, dados biográficos e comentários sobre o indivíduo perfilado.

Entre os gêneros jornalísticos noticiosos ou informativos, o destaque fica para a reportagem, considerada por muitos escritores a própria essência de um jornal e difere da notícia pelo conteúdo, extensão e profundidade. Esta última descreve o fato e, no máximo, seus efeitos e conseqüências.

A reportagem busca desenvolver uma seqüência investigativa. Suas maiores características são: a predominância da forma narrativa, humanização o relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados. Esse gênero apura as origens do fato, suas razões e efeitos, pretendendo esgotar o assunto. Para que uma reportagem seja bem feita, ela necessita de boa pauta.

2.2.2 A Pauta

A pauta é o primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico. Ela é também o conjunto de assuntos que a editoria cobre para determinada edição do jornal. Enquanto roteiro traz uma série de indicações transmitidas ao repórter, para situá-lo sobre algum tema e orientá-lo quanto aos ângulos a explorar na notícia. O objetivo da pauta é orientar o trabalho da reportagem e da chefia. Ela é o elo entre produção e edição das matérias. Serve para planejar e organizar o jornal.

A pauta é imprescindível nos dias de hoje. Para lhe facilitar o trabalho, o jornalista deve preparar uma pauta na qual devem constar dados como: histórico sobre o assunto a ser abordado pela matéria, endereços, telefones e nomes de pessoas que podem dar-lhe mais

informações sobre o assunto. Podem estar incluso roteiro com perguntas básicas a serem respondidas pela matéria.

Quando não é possível a realização da pauta, isto é, o cumprimento do que nela foi planejado, costuma-se dizer que ela caiu. Para Lage (2002, p. 34), existem boas e más pautas:

Boas pautas são aquelas que dão origem a matérias que devem sair com destaque e, supostamente, acrescentam algo ao currículo do repórter. Pautas ruins ou podres são matérias eventualmente trabalhosas, mas que, presume-se, vão resultar em textos secundários, de menor interesse.

Mas o trabalho do repórter não é apenas seguir este roteiro, é preciso ter imaginação e *insight*. Segundo o autor, o primeiro objetivo da pauta é planejar a edição.

No caso dos jornais, viabiliza a realização de pesquisa prévia para ampliar uma cobertura, a produção de ilustração e a concentração de recursos em matérias consideradas de interesse maior, deslocando pessoas, financiando viagens e contratando serviços sem enlouquecer a gerência de investimentos (LAGE, 2002, p. 36).

Lage (*Ibid*, p. 37) afirma ainda que a pauta “evita o consumo inútil de homens-horas em produtos que jamais serão veiculados”.

2.2.3 A Reportagem

A reportagem é um gênero jornalístico privilegiado, segundo Sodré e Ferrari (1986, p. 9). Seja no jornal, na imprensa não cotidiana, ou na televisão, ela se afirma como o lugar por excelência da narração jornalística.

Esse gênero jornalístico tem suas próprias regras e é por meio dele que o jornalista é, de fato, capaz de contar a história. Ao seu redator é imposto “o estilo direto puro”, isto é, a narração sem comentários, sem subjetivações, em qualquer que seja o tipo de reportagem. Por isso, Sodré e Ferrari (*Ibid*, p. 10) afirmam que “a reportagem é um gênero pautado por regras objetivas”.

Já para Dimenstein e Kotscho (1990, p. 10), produzir uma reportagem é uma tarefa “fácil” porque, no fundo, trata-se de saber aplicar “apenas a técnica de contar boas histórias”. Mas, para esses autores, esse gênero implica numa situação paradoxal: se por um

lado, por vezes, é simples, por outro lado pode ser difícil, porque buscar a verdade a ser impressa no texto pode lhe trazer grandes dificuldades.

De fato, para Dimenstein e Kotscho (*Ibid*, p. 10), a reportagem torna-se difícil na medida em que “o repórter persegue esse ser chamado verdade, quase sempre inatingível ou inexistente ou tão repleto de rostos diferentes que se corre permanentemente o risco de não conseguir captá-los todos e passá-los todos para o leitor/ouvinte/telespectador”.

É pela descrição da “realidade factual do dia-a-dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que discursivamente trabalhados, tornam-se reportagem”, explicam Sodré e Ferrari (*Ibid*, p. 11). “Esta é uma extensão da notícia e, por excelência, a forma narrativa do veículo impresso”.

Desse modo, a reportagem é mais que uma notícia. Permite ao leitor um maior aprofundamento sobre o assunto tratado, sem alterar o espírito de investigação, curiosidade, desafio e surpresa da notícia. A reportagem busca trabalhar com ângulos pouco explorados de um assunto. Segundo o novo Manual da Redação do jornal *Folha de São Paulo*, (1992, p. 42), reportagem é o “relato de um acontecimento importante, feito pelo jornalista que tenha estado no local em que o fato ocorreu ou tenha apurado as informações relativas a ele. A reportagem é o produto fundamental da atividade jornalística”.

Sodré e Ferrari (1986, p. 107) afirmam que a reportagem não pode ser apenas verdadeira, “ela tem que parecer verdadeira, verossímil”. Para isso, é exigida certa dosagem de seleção e combinação de elementos.

Para que a reportagem seja de boa abrangência devem ser introduzidos elementos de suspense, que aumentem a expectativa e retardem o tempo. De acordo com Sodré e Ferrari (*Ibid*, p. 107), há também o aceleração, quando se prefere contar ao invés de descrever certas passagens. Com isso, o texto conserva suas qualidades de tensão e condensação.

Ainda segundo estes autores, a reportagem tem que ter quatro características principais (*Ibid*, p. 15):

- a) predominância da forma narrativa;
- b) humanização do relato;
- c) texto de natureza impressionista;
- d) objetividade dos fatos narrados.

Algumas destas características poderão aparecer com maior destaque dependendo do assunto ou objeto sobre o qual trata a reportagem, mas, para tanto, a narrativa deve estar sempre presente.

Lage (2002) cita que, nos jornais impressos, existem redações que são divididas em editorias que correspondem aproximadamente a áreas de interesse jornalístico. Segundo ele, é importante que o jornalista tenha um tempo de seis a um ano de leitura para se adestrar e cobrir áreas específicas. Lage (*Ibid*, p. 111) argumenta também que ao jornalista cabe entender os assuntos sobre os quais produz suas reportagens. Isso significa, no entanto, que esse mesmo jornalista, ao tratar de política nacional, não precisa necessariamente ser um cientista político.

Ainda segundo Sodré e Ferrari (1986, p. 15), o repórter deve levar o acontecimento para o mais próximo possível do leitor.

O repórter é aquele que está presente, servindo de ponte (e, portanto, diminuindo a distância) entre o leitor e o acontecimento. Mesmo não sendo feita em primeira pessoa, a narrativa deverá carregar em seu discurso um tom impressionista que favoreça essa aproximação.

2.3 Relação entre o Turismo e o Jornalismo

A imagem que o turista tem de um determinado local turístico é feita, muitas vezes, pelos meios de comunicação, como expõe Nielsen (2002, p. 58): “As informações oriundas de meios de sociais e comerciais podem ser moldadas de maneira a formar uma imagem (ou imagem de mídia) que, às vezes, altera intencionalmente idéias pré-concebidas e, em outras, reforça opiniões pré-existentes”.

Nielsen (*Ibid*, p.75) explica que existem diferentes formas de se fazer a divulgação dos locais turísticos. Muitas informações são fornecidas diretamente ao turista, mas, em outros casos, são distribuídas indiretamente por meio da mídia ou de terceiros.

A principal relação entre o jornalismo e o turismo seria aquela em que, basicamente, enquanto um promove (gera motivação) a viagem, o outro a realiza. Mesmo sendo o divulgador do produto (viagem), o jornalismo não pode ser considerado marketing do turismo, uma vez que seus princípios éticos implicam a necessidade de independência em relação às fontes. Nesse sentido, Vaz (1999, p. 220), ao abordar a relação entre essas duas áreas, cita a necessidade de imparcialidade no jornalismo:

Sua missão [a do jornalismo] é levar ao consumidor uma informação completa e crítica sobre o produto, a mais isenta e imparcial possível, de modo que o consumidor possa, conhecendo o produto, avaliar a conveniência ou não de comprá-lo. É uma função que deve ser cumprida por um

observador externando e criticando dentro de uma perspectiva que privilegie os direitos do consumidor. Seu interesse é o consumidor.

Apesar disso, “especialistas em comunicação da área de turismo gostariam de compreender a ligação crítica entre o comportamento do turista/consumidor e as expressões de livre arbítrio”. (NIELSEN, *Ibid*, p. 17)

Neste contexto, o jornalista se sente em uma “corda bamba”: ele não deve apenas informar sobre o local sem fazer nenhum tipo de publicidade, o que, às vezes, fica muito difícil, dependendo da maneira como a reportagem for composta, a começar pela elaboração da sua pauta.

Muitas empresas turísticas, como, por exemplo, hotéis, divulgam seus produtos através do *famtour*, que seria uma viagem de familiarização, para jornalistas, empresários, entre outros profissionais do meio turístico. No caso dos jornalistas, é imprescindível tomar cuidado com esse tipo de viagem, para não fazer uma simples publicidade sobre o local. No *famtour* até jantar no “inferno” é agradável.

A informação jornalística é um fator fundamental para a escolha de locais para uma viagem. Ela influencia o modo de pensar das pessoas, por vezes, levando-as escolher um ou outro local para suas férias. Para Nielsen (2002, p. 28), o relacionamento entre emissor e receptor também é muito importante. Como é importante salientar que, quando o jornalismo é tendencioso ou tem uma ligação comercial com o turismo, pode contribuir para com a promoção e venda de pacotes para locais turísticos que podem resultar em desconforto e até perigo ao viajante.

Por outro lado, quando acontece um acidente, violência e outros fatores que podem atrapalhar viagens a um determinado ponto turístico, o jornalista pode relatar o fato, de forma abusivamente parcial, sem a devida apuração dos fatos e sem pensar nas conseqüências negativas para quem vive do turismo e para o próprio turista.

2.3.1 Editoria de Turismo

A editoria de turismo costuma gerar pautas que incluem a cobertura de eventos, locais históricos, eventos, festas, cerimônias religiosas, culturais e públicas. Poucas vezes, são abordadas as políticas públicas da área e o dia-a-dia do setor.

As fontes do caderno de turismo dos grandes jornais diários brasileiros costumam ser divididas entre os agentes de turismo, empresários do ramo, autoridades públicas, pesquisadores e pelos próprios turistas.

Para os fornecedores de informação turística, o mais importante seria a entrega indireta - aquela que é feita por meio da mídia ou de terceiros, gratuitamente ou com uma cobrança de taxa. Entre esses, estão o Centro de Informações Turísticas (TICs); Centro de boas vindas (nos EUA); Centro de visitantes (centro de informações comerciais, muitas vezes, associados a uma atração turística); operadoras e agentes de viagens (em menor grau); organizações nacionais de turismo; e editoras de revistas, periódicos e jornais especializados em turismo (NIELSEN, *Ibid*, p. 76).

Mas existe censura de informações. Editores tendem a esconder informações sobre o que está acontecendo em pontos turísticos, conforme analisa Nielsen (*Ibid*, p.86): “Editores censuram informações nos jornais por motivos legais e éticos, ou devido a uma postura responsável em determinada situação, como ao trabalhar em conjunto com as autoridades na crise dos reféns no Irã em 1989”. Quando não se expõe informações ao turista, isso se equivale à censura. Por outro lado, oferecer uma informação errada é igualmente inaceitável.

A informação que for passada para o turista deve ser completa, oferecer todos os detalhes sobre o destino escolhido, inclusive, informações sobre casos de crimes contra turistas e há algum tipo de risco à saúde do viajante.

2.3.2 Classificação da oferta turística

As reportagens sobre turismo devem responder a algumas perguntas que são extremamente necessárias para que o turista não tenha nenhuma surpresa e sim uma boa experiência turística, tais como: onde ficar, o que levar, quando ir, onde comer, o que comprar.

Em 2004, o Ministério do Turismo brasileiro organizou um documento denominado *Diagnóstico da Oferta Turística* no qual apresenta informações relevantes para o planejamento das destinações turísticas nacionais.

Esse documento está organizado em três componentes: atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos e infra-estrutura de apoio ao turista. Cada componente é

constituído de categorias que, por sua vez, são formas de agrupar os componentes da oferta turística. Elas são agrupadas em tipos e esses em sub-tipos.

As características mais relevantes ao interesse do turista serão trabalhadas nesse projeto como informações jornalísticas necessárias para que o leitor se aprofunde, prepare, crie expectativas de como será a sua viagem.

O documento de 2004, do Ministério do Turismo, traz estas classificações:

Atrativos Turísticos

- Atrativos Naturais
- Atrativos Culturais
- Atividades Econômicas
- Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas
- Eventos Programados

Classificação dos Serviços e Equipamentos Turísticos

- Hospedagem
- Alimentação
- Agenciamento
- Transporte
- Eventos
- Lazer e Entretenimento

Classificação da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo

- Informações Básicas do Município
- Meios de Acesso ao Município
- Sistema de Comunicações
- Sistema de Segurança
- Sistema Médico-hospitalar

Entre as características relevantes estão aquelas que são passíveis de tratamento para composição de informações turísticas e, portanto, jornalísticas. São elas:

Água potável: Água com qualidade apropriada para ingestão humana.

Ancoradouro/fundeadoiro/porto: Local seguro que sirva de abrigo às embarcações para caso de necessidade ou conveniência de ancoragem.

Atividade esportiva: Prática de esportes competitivos, recreacionais e atividades de aventura (Ex: canoagem, *rafting*, boiacross, vela, remo, natação etc.)

Clima: Conjunto de condições meteorológicas (temperatura, pressão, ventos, umidade e chuvas) características do estado médio da atmosfera em um ponto da superfície terrestre.

Descrição da paisagem: Aspectos de relevância, formas ou fenômenos que constituam diferenças e que configurem o entorno ambiental do atrativo e atuem no estímulo do observador.

Estado de conservação: Informar as condições em que se encontra o atrativo (boas ou más), além de descrever as intervenções técnicas e científicas, periódicas ou permanentes, que visem conter deteriorações.

Estalactites e estalagmites: Formações naturais resultantes da precipitação de material calcário dissolvido pela água que adquire formas exóticas e caprichosas; estalactites: pendentes do teto; estalagmites: em sentido inverso, do solo para o teto.

Existência de praias: Orla de rios, lagos e mares, geralmente coberto de areias ou pedras. Como localização, podem estar em perímetro urbano ou não, ou podem inserir-se em um conjunto balneário. Nos rios, formam-se praias fluviais; nos lagos, praias lacustres; e nos mares, praias marítimas.

Extensão de percursos com segurança: Distância aproximada que pode ser percorrida para visita com segurança.

Impactos ambientais: Alterações que ocorrem no ambiente motivadas por poluição, contaminação, lixo, resíduos químicos etc.

Infra-estrutura de apoio ao turismo: Conjunto de obras, de estrutura física e serviços que proporciona boas condições de vida para a comunidade e dá base para o desenvolvimento da atividade turística: sistemas de transportes, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, arreamento, sistema de comunicação, sistema educacional etc.

Locais e épocas de observação: Identificar o lugar e o período onde é possível observar determinadas espécies.

Locais e trilhas de interesse para visita: Área(s) ou trilha(s) onde o campo visual proporcione maior aproveitamento para contemplação ou utilização da paisagem.

Ocorrência de caça ou pesca: Área e época apropriadas para a pesca ou caça desde que permitidas por lei (tipo, condições e época do ano favoráveis a atividades recreacionais de torneios e campeonatos).

Ocorrência de fenômenos naturais: Deverá ser registrado a ocorrência de qualquer fenômeno do tipo: “encontro das águas”, “pororoca” etc.

Possibilidade de banho (balneabilidade): Condições de banho ou outras atividades recreacionais, tipo de costa e seus aspectos singulares como restingas, falésias, baías, enseadas, recifes e locais de banho.

Presença de população residente e/ou construções: Observação feita com base no grau de urbanização do local: habitantes/edificações.

Propriedades das águas: Possibilidade de uso terapêutico ou curativo das águas, para banhos ou para ingestão, caracterizando-as como termais, hidrominerais etc.

Qualidade da água (cor, transparência e temperatura): Cor predominante da água, temperatura específica estabelecida segundo variações: muito fria, fria, morna.

Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional): Qualquer ocorrência singular que o atrativo tenha, diferenciando-o de outro atrativo congênere.

Sobre os atrativos culturais as características relevantes são:

Acervo: Conjunto de bens e obras que integram um patrimônio.

Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos: Programação de atividades regulares que se realizam no atrativo. Exs.: cursos, ciclo de palestras, festivais, exposições, filmes, vídeos, peças teatrais etc.

Época de construção e/ou elaboração: Século ou ano de construção e/ou elaboração (data precisa, se possível).

Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais: Época do ano (mês, semestre) em que se realizam, período de duração (dias, semanas) e periodicidade (semestral, anual, bienal).

Formas de apresentação: Características peculiares do atrativo, como decoração, lendas, mitos, vestimentas etc. Para o tipo Feiras e Mercados, formas de apresentação e/ou venda dos produtos comercializados.

Formas de comercialização: Maneira como o objeto é comercializado.

Formas de saberes: Conhecimentos tradicionais que interpassam as gerações.

Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres: Reconhecer os indivíduos que detenham as manifestações de conhecimento empírico, práticas de trabalho, práticas sociais. Ex.: contar estórias e causos, recitar poesias e rezas, receitas tradicionais etc.

Importância técnica: Importância técnica do atrativo no contexto socioeconômico local, regional e/ou nacional, certificação de origem, autenticidade, *design* etc.

Locais e percursos de interesse para visitação: Locais e/ou roteiros que facilitem ou enriqueçam a visitação turística.

Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo: Existência de bens móveis fixos incorporados ao atrativo (pinturas, azulejaria, vitrais, relevo, tapeçaria, esculturas, mobiliário etc.) Para o tipo Feiras e Mercados, realização de manifesta es populares e folclóricas no local do atrativo (cordel, capoeira, música popular etc.).

Mitos, ritos e rituais: Descrever os personagens, crenças e tradições.

Origem/histórico: Origem cultural do atrativo e referências históricas.

Periodicidade: Períodos da realização (diário, semanal, mensal etc.) e horário de funcionamento de feiras, mercados e outros.

OBJETIVOS

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Apresentar uma análise crítica de reportagens da editoria de turismo dos jornais *o Estado de São Paulo*, *A Folha de São Paulo* e *Jornal da Cidade* (de Bauru) a partir de critérios fundamentais pautados na literatura do Turismo e Jornalismo Especializado.

3.2 Objetivos Específicos

- Apresentar a relação entre o turismo e o jornalismo, suas características e funções sociais.
- Identificar os aspectos fundamentais do turismo e suas aplicações na matéria jornalística produzida para cadernos de turismo em jornalismo impresso.

MATERIAIS E MÉTODOS

4 MATERIAIS E MÉTODOS¹

Este trabalho estudou matérias veiculadas nos cadernos de turismo dos jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Cidade*, de Bauru, 10 matérias de cada um dos veículos, resultando em 30 reportagens. A primeira parte da pesquisa foi feita a partir do fichamento de obras das áreas de jornalismo e turismo. Primeiramente, foram expostas algumas noções teóricas das fases do turismo. Buscou-se apresentar as relações fundamentais entre turismo e jornalismo, das quais foram retirados os principais critérios para analisar as matérias sob a óptica jornalística.

As matérias foram analisadas por meio de critérios fundamentados em um formulário elaborado com critérios relevantes nas duas áreas, conforme apêndice.

Foram escolhidas 30 matérias assinadas, isto é, apresentam o nome do jornalista que as elaborou.

Já para os critérios utilizados para o turismo foram retirados do documento *Inventário da Oferta Turística: Instrumento de Pesquisa*, do Ministério do Turismo Brasileiro, de 2004.

A coleta dos dados foi feita com base na presença ou ausência de cada item anteriormente elencado. A discussão crítica sobre a qualidade jornalística e de informação turística das matérias analisadas foi feita a partir da tabulação desses dados.

¹ Optamos pelo uso da expressão Materiais e Métodos e não Metodologia, porque a segunda compreende a utilização de uma ou mais teorias - neste caso, de Comunicação - o que não corresponde à realidade deste trabalho. Por outro lado, podemos dizer que utilizamos um método - que compreende um conjunto de critérios de análise - que viabilizou atingir os objetivos pretendidos com este estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 Resultados

Os resultados das análises das categorias turísticas das reportagens escolhidas para esta pesquisa demonstram que na maioria dos quesitos a frequência com que estão presentes no texto jornalístico é superior a 40%. O Quadro com a frequência das categorias de análise turística (Quadro 1) segue abaixo com a finalidade resumir os resultados da avaliação.

| Categorias de Análise | Frequência Absoluta | Frequência Relativa |
|--|----------------------------|----------------------------|
| Acervo | 28 | 90 |
| Agenciamento | 22 | 73 |
| Alimentação | 22 | 73 |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | 12 | 40 |
| Atividade esportiva | 14 | 47 |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | 13 | 43 |
| Clima | 18 | 60 |
| Descrição da paisagem | 28 | 93 |
| Época de construção e/ou elaboração | 25 | 83 |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | 12 | 40 |
| Eventos | 12 | 40 |
| Existência de praias | 09 | 30 |
| Extensão de percursos com segurança | 09 | 30 |
| Formas de apresentação | 22 | 73 |
| Formas de comercialização | 20 | 67 |
| Formas de saberes | 04 | 13 |
| Hospedagem | 25 | 83 |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | 04 | 13 |
| Impactos ambientais | 15 | 50 |
| Importância técnica | 26 | 87 |
| Informações básicas do município | 27 | 90 |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | 24 | 80 |
| Lazer e entretenimento | 21 | 70 |
| Locais de percursos de interesse para visitação | 28 | 93 |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | 06 | 20 |
| Meios de acesso ao município | 24 | 80 |
| Mitos, ritos e rituais | 06 | 20 |
| Ocorrência de caça ou pesca | 05 | 17 |
| Ocorrência de fenômenos naturais | 04 | 13 |
| Origem/histórico | 28 | 93 |

| | | |
|---|----|----|
| Periodicidade | 07 | 23 |
| Possibilidade de banho | 11 | 37 |
| Presença de população residente e/ou construções | 24 | 80 |
| Propriedades das águas | 04 | 13 |
| Qualidade da água | 09 | 27 |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | 03 | 10 |
| Sistema de comunicações | 00 | 00 |
| Sistema de segurança | 03 | 10 |
| Sistema médico-hospitalar | 02 | 07 |
| Transporte | 26 | 87 |

Quadro 1 – Frequência de apresentação das categorias turísticas nas reportagens

| | | |
|---|------------------|---|
| Título: | Piraju | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 06/09/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Abordagem cultural busca mostrar os aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo | | A matéria conta sobre as paisagens cortadas pelo rio Paranapanema entre Piraju e Avaré. Durante o relato também é abordado um passeio gastronômico pela cidade de Piraju, assim como seus sítios arqueológicos. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | | X |

| | | |
|---|---|---|
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | X | |
| Qualidade da  gua | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 2 – Piraju

| | | |
|---|---------------------------------------|--|
| Título: | Santa e bela Catarina/ Vips e sarados | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 18/10/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo | | Na primeira matéria, há um relato sobre nasceu a Oktoberfest, bem como traz informações gerais sobre as regiões de Blumenau, Florianópolis, Balneário Camburiú e Piçarras. A segunda matéria descreve as paisagens que podem ser vistas nestes locais e os serviços oferecidos aos turistas. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 3 – Santa e Bela Catarina

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | Barra mais que Bonita / A arte em barro e talento | |
| Autor: | Daiana Dalfito | |
| Data: | 05/07/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e informações sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | Na primeira parte da matéria, são descritas as opções de passeio de barco pelo rio Tiete. A matéria traz ainda informações sobre a produção de vasos de barro ornados com motivos florais em baixo relevo. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | X | |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | X | |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |

| | | |
|---|---|---|
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | X | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 4 – Barra mais que Bonita / A arte em barro e talento

| | | |
|--|---|---|
| Título: | Águas quente/Hot Park e o Parque das fontes | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 14/06/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Abordagem cultural, informações básicas, meio ambiente. E informações científicas sobre a localidade. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média à elite. |
| Presença da subjetividade do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Resumo | | Começa a matéria falando da facilidade de sair de Bauru e chegar ao ponto turístico. Descreve o local |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| | Categorias De Análise Turísticas | Escala |
| | | Existe a informação Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | X | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | X | |
| Origem/histórico | | X |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | | X |
| Propriedades das águas | X | |
| Qualidade da água | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | X | |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 5 – Águas quente/Hot Park e o Parque das fontes

| | | |
|--|---|--|
| Título: | São Carlos, Araraquara e Dourado/Vinho e esqui à paulista | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 07/06/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, de aspectos humanos, sócio-econômicos. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível a um público amplo. |
| Presença da subjetividade do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo | | A matéria apresenta a região com hotéis fazendas centenários que convidam o turista para um descanso em ritmo de festa do interior no mês de junho. Brotas, também se prepara com várias atrações principalmente com o turismo de aventura. A segunda matéria indica como chegar em São Roque onde existe o Ski Mountain Park que, além das atividades convencionais, oferece em junho arvorismo, mini pista de F1 e circuito pônei especialmente para crianças. A reportagem aborda ainda Itu, com destaque para o bar do Alemão. |
| Categorias De Análise Turísticas | | Escala |
| | | Atende plenamente |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | X | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | | X |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | | X |

Quadro 6 – São Carlos, Araraquara e Dourado/Vinho e esqui   paulista

| | | |
|---|--|--|
| Título: | Polo Cuesta | |
| Autor: | Marcelo Souza | |
| Data: | 17/05/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | Abordagem cultural busca mostrar os aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | A região tratada na matéria é composta por Anhemi, Bofete, Areiópolis, Botucatu, Conchas, Itatinga, Paranapanema, Pardinho, Pratânia e São Manuel. O texto apresenta vários atrativos, principalmente para os turistas de Bauru, já que a cidade mais distante é Paranapanema localizada a 350 km. A matéria traz ainda informações sobre a história, cultura e folclore de Botucatu. Sobre Pardinho, o texto trata da música de raiz, cavalgada e aventura praticas nessa localidade. | |
| | Categorias de Análise Turísticas | Escala |
| | | Existe informação Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | X | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 7 – Pólo Cuesta

| | | |
|---|---|--|
| Título: | Patagônia: O lugar mais lindo do planeta é onde o vento faz a curva/Localização/ Natureza virgem e o tempo/ Navegar é preciso | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 12/04/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo | | A reportagem traz a descrição de como é a localidade, seus habitantes, sua fauna, dando ao turista a impressão que o local é capaz de lhe trazer a paz infinita. As matérias seguintes destacam as facilidades que o turista brasileiro tem para visitar o local mais austral do mundo. Segundo a matéria, as diversas agências podem levar o turista de ônibus até cruzeiros marítimos. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 8 – Patagônia: O lugar mais lindo do planeta é onde o vento faz a curva/Localização/ Natureza virgem e o tempo/ Navegar é preciso

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| Título: | Alambiques e o café de Cristina | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 15/03/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | Abordagem cultural busca mostrar os aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | A matéria, que divulga a presença de alambiques em todo o Estado de Minas Gerais, além de trazer comentários a esse respeito. | |
| | Categorias de Análise Turísticas | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |

| | | |
|---|---|---|
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | X | |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | X | |
| Qualidade da  gua | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | | X |

Quadro 9 - Alambiques e o café de Cristina

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | Timburi: De onde se avista o Paraná | |
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Data: | 06/09/2007 | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | |
| Local: | Bauru | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | A matéria descreve as belezas das cidades de Avaré, Piraju e Chavantes que são banhadas pelas águas despoluídas do rio Paranapanema. Essa região do Estado de São Paulo tem como fonte de renda o café e a pecuária, com uma pequena contribuição do turismo. A reportagem trata também sobre o Camping do Redondo, ideal para famílias. | |
| | Categorias de Análise Turísticas | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | X | |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham | X | |

| | | |
|---|---|---|
| o conhecimento dos saberes e fazeres | | |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | X | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | X | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | | X |

Quadro 10 - Timburi: De onde se avista o Paraná

| | | | |
|---|-------------------|---|-------------------------------|
| Título: | Porto de Galinhas | | |
| Autor: | Eliane Barbosa | | |
| Data: | 15/11/2007 | | |
| Jornal: | Jornal da Cidade | | |
| Local: | Bauru | | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição | |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, sócio-cultural, aspecto humanístico e meio ambiente. | |
| Público-alvo: | | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | | A reportagem trata de uma das paisagens mais atrativas do Brasil com piscinas naturais, excelente infra-estrutura e águas mornas o ano todo, além de contar com resorts, pousadas e restaurantes para todos os gostos e bolsos, agradando assim os turistas. A matéria também trata de um prêmio que a localidade ganhou pela sétima vez e mostra as facilidades de se chegar a esse local. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala | |
| | | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | | X | |
| Agenciamento | | X | |
| Alimentação | | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X | |
| Atividade esportiva | | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X | |
| Clima | | X | |
| Descrição da paisagem | | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X | |
| Eventos | | X | |
| Existência de praias | | X | |
| Extensão de percursos com segurança | | | X |
| Formas de apresentação | | X | |
| Formas de comercialização | | X | |
| Formas de saberes | | | X |
| Hospedagem | | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | X | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | X | |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | X | |
| Qualidade da água | X | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | X | |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 11 - Porto de Galinhas

| | | |
|---|--|--|
| Título: | Emirados Árabes: Dubai vira paraíso de arquitetos e endinheirados/Arranha-céu mais alto do planeta terá 162 andares/Tamareiras disputam espaço com obras/Confira preços de pacotes para Dubai. | |
| Autor: | Julio Abramczyk | |
| Data: | 11/10/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Limitou-se a apresentar informações básicas, humanização, aspectos exóticos e sócio-cultural. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo | | A primeira matéria mostra que os Emirados Árabes é um país de arquitetos e endinheirados. Fala apenas de arranha-céus e financiamento de construções, além de tratar da dificuldade de manter os operários hidratados, pelo fato das altas temperaturas. A continuação da reportagem aborda sobre quando começaram esses novos investimentos no país. A última matéria informa os preços de pacotes turísticos para este país. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | | X |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | | X |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | X | |
| Transporte | X | |

Quadro 12 - Emirados  rabes: Dubai vira paraíso de arquitetos e endinheirados/Arranha-céu mais alto do planeta terá 162 andares/Tamareiras disputam espaço com obras/Confira preços de pacotes para Dubai.

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | São Petersburgo: Cravada na Rússia, cidade optou por ocidentalização/Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos/Confira opções de pacotes. | |
| Autor: | Tuca Vieira/ Rubens Valente | |
| Data: | 04/10/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos, abordagem científica. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Faz uma propaganda sobre o museu. | |
| Resumo | A matéria conta a história de como foi fundado este atrativo turístico. Muitos lugares estão associados a personalidades como Catarina, a Grande. Na segunda matéria, conta-se a história de uma guia russa que se sente chocada pela pressa do turista em visitar o museu Hermitage. A matéria é concluída com informações sobre a localização e os preços para a visita ao referido museu. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Formas de saberes | X | |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | X | |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 13 - São Petersburgo: Cravada na Rússia, cidade optou por ocidentaliza o/Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos/Confirma op es de pacotes.

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| Título: | Lhasa, a capital do Tibete, é hoje uma cidade “chinesa” | |
| Autor: | Caio Vilela | |
| Data: | 01/09/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo | A matéria trata sobre o turismo para pessoas economicamente abastadas. Dos cerca de 300 mil habitantes de Lhasa (Tibet), apenas um quarto são tibetanos. Estes trabalham em ocupações no pequeno comércio, como motoristas e até de guias de turismo. Para os chineses, sobram todos os cargos públicos e os empregos mais importantes. Sua maior atração turística é a antiga residência dos Dalai Lama, mas para visitar esse local é necessário comprar um ingresso de 14 dólares. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | | X |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | X | |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 14 - Lhasa, a capital do Tibete,   hoje uma cidade "chinesa"

| | |
|----------------|--|
| Título: | Havaí usa traje causal todo dia da semana/Luau apresentam hula para turistas/Distância e falta de transporte público exigem viagens de carro pelo Havaí/Cratera vira aquário natural no Havaí/Vulcão serve de Lua para a Nasa. |
| Autor: | Ana Lucia Busch |
| Data: | 12/05/2003 |
| Jornal: | Folha de São Paulo |
| Local: | São Paulo |

| Categorias de Análise Jornalística | Definição | |
|--|--|-------------------------------|
| Pauta e abordagem: | Cultural, algumas informações básicas, meio ambiente e informações científicas sobre a localidade. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo: | Segundo a matéria, o arquipélago mais isolado do mundo tem diversas atrações, incluindo vulcões em atividade. O texto descreve os costumes da população e ainda classifica a localidade como paraíso inesgotável. É uma terra cheia de tradições que são transmitidas oralmente, de geração para geração, e de luau feitos pelas próprias companhias de viagem. Apesar de ser um paraíso, o turista tem dificuldade de passear pela falta de transporte público, mas os passeios podem ser feitos bem próximos aos vulcões em atividade. | |
| Categorias de Análise Turísticas | Escala | |
| | Atende plenamente | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | X | |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | X | |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 15 - Haváí usa traje causal todo dia da semana/Luaus apresentam hula para turistas/Distância e falta de transporte público exigem viagens de carro pelo Haváí/Cratera vira aquário natural no Haváí/Vulcão serve de Lua para a Nasa.

| | | |
|---|--|---|
| Título: | NY: Cidade quer atrair turistas com “simpatia” e celebridades/Visto é o principal problema do estrangeiro que quer ir à cidade/Knicks e fãs famosos consagram Madison Square Garden/Confira pacotes para viajar à cidade | |
| Autor: | Flávia Marreiro/Adalberto Leister Filho | |
| Data: | 06/09/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, sócio cultural, humanística |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média alta à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo: | | Nova York faz uma campanha com celebridades para trazer os turistas de volta após o 11 de setembro 2001. O maior problema para o turista visitar os Estados Unidos é conseguir o visto. A matéria sugere como opção de passeio no “The Gardem” por valer apenas o seu interior recheado de histórias. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham | | X |

| | | |
|--|---|---|
| o conhecimento dos saberes e fazeres | | |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | X | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | X | |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 16 - NY: Cidade quer atrair turistas com “simpatia” e celebridades/Visto é o principal problema do estrangeiro que quer ir à cidade/Knicks e fãs famosos consagram Madison Square Garden/Confirma pacotes para viajar à cidade

| | | |
|---|---|---|
| Título: | Vivo e ruidoso, Benin sintetiza continente africano | |
| Autor: | Cecília Scharlach/ | |
| Data: | 28/08/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, sócio-cultural, aspectos humanos |
| Público-alvo: | | Turismo acessível a um público amplo. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo: | | A matéria descreve uma paisagem pobre de atrativos turísticos, mas fala de um povo trabalhador, que apreendeu algo com os brasileiros, como o fato de utilizar flores para embelezar locais. A matéria termina com informações de preços e de como chegar ao Cotonou. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 17 - Vivo e ruidoso, Benin sintetiza continente africano

| | | |
|---|---|--|
| Título: | Uruguai: Em Montevidéu, turista viaja no tempo/Montevidéu mostrar pátria e paródia em seus museus/Passeio desvenda Ciudad Vieja em Montevidéu/ Veja pacotes com aéreo e rodoviário e cruzeiros para Montevidéu. | |
| Autor: | Amarílis Lage/Denise Mota | |
| Data: | 09/08/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, sócio-cultural e de aspecto humanístico |
| Público-alvo: | | Turismo acessível a um público amplo. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo: | | Segundo a reportagem, trata de Montevidéu como um lugar que parece ter parado no tempo. Tudo é simples, sóbrio, como o próprio povo. A matéria explica que não é um destino muito dispendioso e que, conforme a agência, pode ser ir de ônibus e até de cruzeiro marítimo. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | |
| Extensão de percursos com segurança | | |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | |
| | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | X | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 18 - Uruguai: Em Montevidéu, turista viaja no tempo/Montevidéu mostrar pátria e paródia em seus museus/ Passeio desvenda Ciudad Vieja em Montevidéu/ Veja pacotes com aéreo e rodoviário e cruzeiros para Montevidéu.

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | Lendas e mitos para entender um país | |
| Autor: | Adriana Moreira - O Estado de S.Paulo | |
| Data: | 10/07/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | Definição | |
| Pauta e abordagem: | Cultural, sócio-cultural, aspectos humanos | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo: | Conforme a matéria, a praça San Marco já foi o umbigo do mundo e que, para os nativos mais arraigados, continua sendo. Um dos grandes núcleos de arte do mundo, os habitantes de Veneza acreditam que quanto mais longe desta cidade, mais se enfraquecem os artistas. | |
| Categorias de Análise Turísticas | Escala | |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 19 - Lendas e mitos para entender um país

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | A beleza da cidade de Glasgow / Muitas histórias e belas paisagens na terra dos 'highlanders' | |
| Autor: | Adriana Moreira | |
| Data: | 16/10/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | A matéria é um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter. | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo: | Terras geladas, mesmo no verão não despertam paixões a primeira vista, mas é uma das cidades da Escócia que se destaca especialmente pelas artes, afirma a reportagem. O passeio deve começar pela catedral de Glasgow, a maior parte do prédio data do século 18. O turista deve ir preparado para passar bastante frio, mesmo no verão. O turista ainda vai achar esquisito encontrar homens vestidos de Kilts, uma espécie de saia feita de lã xadrez, que identifica qual o clã de cada usuário. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | | X |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | X | |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 20 - A beleza da cidade de Glasgow / Muitas histórias e belas paisagens na terra dos 'highlanders'

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | Tão próximas e tão diferentes | |
| Autor: | Mônica Nóbrega | |
| Data: | 04/09/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Resumo: | A matéria narra a história de Valparaíso e Vinã Del Mar, duas cidades que apesar de estarem perto geograficamente, nada têm a ver uma com a outra. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 21 - Tão próximas e tão diferentes

| | | |
|---|---|--|
| Título: | Além de experts, verdadeiros apaixonados | |
| Autor: | Ana Carolina Sacoman | |
| Data: | 09/10/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, limitou-se a apresentar informações básicas. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Em grande parte uma propaganda, deve-se lembrar que a viagem do repórter foi feita a convite do escritório de turismo da República Checa. | |
| Resumo: | A matéria busca semelhança entre os tchecos e os brasileiros. Também conta a história de como a capital tcheca tornou-se a maior fabricante de cerveja do mundo, mostrando o passado e a modernidade. E dá ao turista um dicionário de um brinde globalizado. | |
| | Categorias de Análise Turísticas | Escala |
| | | Existe informação Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 22 - Além de experts, verdadeiros apaixonados

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| Título: | União de esforços para proteger paraísos | |
| Autor: | Adriana Moreira | |
| Data: | 02/10/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| | Categorias de Análise Jornalística | Definição |
| Pauta e abordagem: | Meio ambiente, cultura, aspectos sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Não é uma matéria de local turístico. Ela busca incentivar o turista na preservação do meio ambiente. | |
| Resumo: | Fala sobre a união de diversas empresas para diminuir o impacto das suas atividades no meio ambiente. | |
| | Categorias de Análise Turísticas | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | X | |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | X | |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | X | |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |

| | | |
|--|---|---|
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 23 - União de esforços para proteger paraísos

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Título: | Pegue um mapa e descubra o centro | |
| Autor: | Adriana Moreira | |
| Data: | 25/09/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios, isto é se o interesse for cultural. | |
| Resumo | Segundo a matéria, o centro de Dublin abriga a maior parte das atrações históricas e culturais da cidade e é muito fácil conhece-las a pé. Porém, antes, o turista deve passar no centro de informações turísticas, instalado na antiga Igreja de St. Andrew, e solicitar um mapa gratuito. Depois é só segui-lo. Existem vários destinos históricos para serem desbravados. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |

| | | |
|---|---|---|
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | | X |
| Informações básicas do município | | X |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | | X |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 24 - Pegue um mapa e descubra o centro

| | | |
|---|--|--|
| Título: | De trem pela Europa: livre, leve e solto | |
| Autor: | Dib Carneiro Neto | |
| Data: | 13/11/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, aspectos sociais. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | Subjetividade |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Resumo: | | De acordo com a matéria, o lendário expresso do Oriente que surgiu com toda a pompa em 1872, hoje, só faz a rota Paris-Viena. No entanto, mantém sua fama. Viajar pela Europa de trem traz muitas vantagens, entre as quais a econômica. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe Informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | | X |
| Informações básicas do município | | X |

| | | |
|---|---|---|
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | | X |
| Propriedades das  guas | | X |
| Qualidade da  gua | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunica es | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 25 - De trem pela Europa: livre, leve e solto

| | | |
|---|---|--|
| Título: | Aprenda escolher um spa para chamar de seu / Ilhas de bem-estar no meio do caos/ Roteiros incluem mimos em alto-mar | |
| Autor: | Camila Anauate | |
| Data: | 06/11/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Pauta informativa, traz um pouco de cultura |
| Público-alvo: | | Turismo acessível à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | O repórter apenas dá as informações, mas não traz um contexto sobre a localidade, não questiona as fontes, por fim, não explica nada. |
| Postura crítica: | | Procura conduzir o turista a momentos de relaxamento através de propagandas de <i>spas</i> em cruzeiros ou no próprio aeroporto. |
| Resumo: | | O texto aborda sobre como o turista que fica na espera no aeroporto pode se contentar com massagens para relaxamento, enquanto o vôo não sai. E que, a partir deste ano, estes serviços também serão feitos em cruzeiros que estarão fazendo a costa brasileira. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | | Existe informação |
| | | Não há esta informação |
| Acervo | | X |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | | X |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | | X |
| Descrição da paisagem | | X |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |

| | | |
|--|---|---|
| Importância técnica | | X |
| Informações básicas do município | | X |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | | X |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | | X |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | X | |
| Transporte | X | |

Quadro 26 - Aprenda escolher um spa para chamar de seu / Ilhas de bem-estar no meio do caos/ Roteiros incluem mimos em alto-mar

| | | |
|---|---|---|
| Autor: | Chiaki Karen Tada | |
| Título: | Aura mítica não atrapalha viagem ao Egito/Arredor do Cairo ecoa universo dos faraós/Faraós gigantes guardam santuário no sul de Assua/Confira opções de pacotes para o Egito. | |
| Data: | 26/01/2006 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Científica, Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. |
| Público-alvo: | | Turismo acessível da classe média à elite. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | Subjetividade |
| Postura crítica: | | Dá uma visão equilibrada, apesar de um pouco eufórica sobre o passeio. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para | X | |

| | | |
|--|---|---|
| visitação | | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | X | |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 27 - Aura mítica não atrapalha viagem ao Egito/Arredor do Cairo ecoa universo dos faraós/Faraós gigantes guardam santuário no sul de Assua/Confira opções de pacotes para o Egito.

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Autor: | Eliane Barbosa | |
| Título: | Primavera no interior / A Itália paulista | |
| Data: | 20/09/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | Definição | |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Categorias de Análise Turísticas | Escala | |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | X | |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitaçã | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais | X | |

| | | |
|---|---|---|
| incorporadas ao atrativo | | |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | X | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | X | |
| Possibilidade de banho | X | |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 28 - Primavera no interior / A Itália paulista

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Autor: | Leonardo Goy | |
| Título: | Fuja das clássicas armadilhas | |
| Data: | 21/08/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | Definição | |
| Pauta e abordagem: | Cultural, de aspectos humanísticos, o meio ambiente e sócio-econômicos. | |
| Público-alvo: | Turismo acessível da classe média à elite. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Categorias de Análise Turísticas | Escala | |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | X | |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | X | |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | | X |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | | X |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | X |
| Lazer e entretenimento | | X |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |

| | | |
|---|---|---|
| Meios de acesso ao município | | X |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | X | |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | | X |

Quadro 29 - Fuja das clássicas armadilhas

| | | |
|---|--|-------------------------------|
| Autor: | Agência Estado | |
| Título: | Inesperado Caminho dos Andes | |
| Data: | 03/07/2007 | |
| Jornal: | O Estado de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | Cultural, sócio-cultural e meio ambiente | |
| Público-alvo: | Turismo acessível a um público amplo. | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | Subjetividade | |
| Postura crítica: | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | | X |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | | X |
| Atividade esportiva | X | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | | X |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | X | |
| Formas de apresentação | | X |
| Formas de comercialização | | X |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | X | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |

| | | |
|---|---|---|
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 30 - Inesperado Caminho dos Andes

| | | |
|---|--|--|
| Autor: | Thiago Momm | |
| Título: | Veneza: Livros inspiram ida à cidade que recebe 15 mi de turistas ao ano/Caipirinha a R\$ 42 reflete supremacia de turistas/Confirma opções de pacotes para a cidade | |
| Data: | 27/09/2007 | |
| Jornal: | Folha de São Paulo | |
| Local: | São Paulo | |
| Categorias de Análise Jornalística | | Definição |
| Pauta e abordagem: | | Cultural, sócio-cultural, aspectos humanos |
| Público-alvo: | | Turismo acessível a um público amplo. |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | Subjetividade |
| Postura crítica: | | Procura oferecer ao leitor (turista potencial) uma visão equilibrada das possibilidades de passeios. |
| Categorias de Análise Turísticas | | Escala |
| | Existe informação | Não há esta informação |
| Acervo | X | |
| Agenciamento | X | |
| Alimentação | X | |
| Ancoradouro/fundeadoiro/porto | X | |
| Atividade esportiva | | X |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | X |
| Clima | X | |
| Descrição da paisagem | X | |
| Época de construção e/ou elaboração | X | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | X |
| Eventos | | X |
| Existência de praias | | X |
| Extensão de percursos com segurança | | X |
| Formas de apresentação | X | |
| Formas de comercialização | X | |
| Formas de saberes | | X |
| Hospedagem | X | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | X |
| Impactos ambientais | X | |
| Importância técnica | X | |
| Informações básicas do município | X | |
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | X | |
| Lazer e entretenimento | X | |
| Locais de percursos de interesse para | X | |

| | | |
|--|---|---|
| visitação | | |
| Manifestações artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | X |
| Meios de acesso ao município | X | |
| Mitos, ritos e rituais | | X |
| Ocorrência de caça ou pesca | | X |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | X |
| Origem/histórico | X | |
| Periodicidade | | X |
| Possibilidade de banho | | X |
| Presença de população residente e/ou construções | X | |
| Propriedades das águas | | X |
| Qualidade da água | | X |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | X |
| Sistema de comunicações | | X |
| Sistema de segurança | | X |
| Sistema médico-hospitalar | | X |
| Transporte | X | |

Quadro 31 - Veneza: Livros inspiram ida à cidade que recebe 15 mi de turistas ao ano/Caipirinha a R\$ 42 reflete supremacia de turistas/Confira opções de pacotes para a cidade

5.2 Discussões

Todas as 30 matérias analisadas dos três jornais escolhidos para este trabalho, trazem informações relevantes para auxiliar o leitor, isto é, o turista em potencial, a ter uma boa viagem, mas poucas trazem mais de 10 classificações turísticas. Muitas delas não conseguem responder às cinco principais perguntas que mostram ao turista onde ficar, o que levar, quando ir, onde comer e o que comprar. Dessas, foram escolhidas três como objeto do estudo. Das 30 matérias escolhidas, cerca de 16,7% não indicam onde ficar; 26,7% das matérias não informam sobre onde o turista pode e o que comer. E 36,7% não indicam onde nem o que comprar.

Das reportagens, 93,3%, como no caso da vinculada pelo Jornal da Cidade “*Santa e Bela Catarina*”, de autoria da jornalista Eliane Barbosa, trazem em seu conteúdo os motivos que influenciaram a origem do evento ou atrativo turístico. “Em outubro, a Oktoberfest é o evento mais famoso de Santa Catarina. Tudo começou há décadas como forma de apagar da memória de seus moradores as conseqüências nefastas da tempestade que quase engoliu Blumenau”.

A descrição de paisagem também aparece em 93,3% das matérias estudadas como, por exemplo, “*Uruguai: Em Montevideú, turista viaja no tempo*”, de Amarílis Lage, é descrita uma paisagem que não parece fazer parte dos dias atuais. “O ritmo, mesmo para um visitante em férias, soa devagar. Saboreia-se a comida sem pressa, as pessoas caminham com calma, e mesmo quem dirige não parece muito interessado em acelerar...” tendem a estimular o leitor a sentir o desejo de conhecer o local, principalmente se esse turista estiver em busca de um lugar calmo e tranquilo.

Para que o turista chegue até o local desejado, das 30 reportagens estudadas, 86,7% descrevem os diferentes tipos de transporte que podem ser utilizados para se chegar ao destino em foco, o que compreende desde viagens rodoviárias ao passeio em cruzeiros marítimos.

Em sua maioria, as reportagens são direcionadas para um público seletivo da sociedade, a elite. Segundo o formulário realizado, 66,7% das matérias estudadas são direcionadas a essa classe social abastada. Porém, na reportagem do Jornal da Cidade “*Barra mais que bonita*” e “*A arte em barro e talento*”, pessoas de todas as classes podem desfrutar de um passeio de barco pelo Tietê, conhecendo um pouco de história contada pelo

capitão da embarcação durante a viagem e ainda podem conhecer em uma pequena cerâmica a arte de moldar argila para a fabricação de vasos e jarras.

Já na matéria “*Além de experts, verdadeiros apaixonados*”, de Ana Carolina Sacoman, publicada pelo jornal *O Estado de São Paulo*, a jornalista faz uma ligação entre os costumes dos povos checos e brasileiros, buscando mostrar as semelhanças entre os dois. “Quando o assunto é cerveja, os checos são mais do que especialistas. São uns apaixonados. E os maiores consumidores do mundo: 157 litros per capita por ano – os brasileiros ficam a anos-luz nessa estatística, com modestos 47 litros por cabeça”.

Em pautas que buscam trazer atrativos culturais, são percebidas com um formato pré-estabelecido. Em seu conteúdo na maioria das vezes contam um pouco de história sobre o local, como a matéria “*São Petersburgo: Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos*”, de Rubens Valente em que o repórter identifica uma pessoa que detém o conhecimento sobre o atrativo turístico, nesse caso, a guia e intérprete russa Natália Starseva (sobre o museu Hermitage). Valente conta sobre a dedicação e repulsa da guia pelos turistas que não têm tempo para observar todas as obras. O repórter encerra sua matéria dando a localização e algumas orientações em torno do museu.

Para redigir sua matéria sobre a Patagônia Chilena, “*Mistérios e belezas do fim do mundo*”, a repórter do *Jornal da Cidade*, Eliane Barbosa, utiliza informações do livro “Chile”, de Pablo Valenzuela Vaillant. Isto revela que para se escrever sobre determinados assuntos não basta só a visão de alguém que passou por lá, mas que também busca aprofundar-se para dar maiores informações ao turista.

Foi comprovada, por meio desse estudo, a presença de lendas e mitos nas matérias dos cadernos de turismo, como na reportagem “*Polo Cuesta*”, de Marcelo de Souza, do *Jornal da Cidade*, assim como em “*Lendas e mitos para entender um país*”, de Adriana Moreira, de *O Estado de São Paulo*. Apesar do mundo de hoje ser questionável em tudo - principalmente cientificamente - sobre os fatos que acontecem, o turista ainda é atraído por lugares que contêm mistérios.

Das 30 matérias, uma foi descrita neste estudo como tendo uma visão burocratizada. A reportagem “*Aprenda escolher um spa para chamar de seu. Ilhas de bem-estar no meio do caos. Roteiros incluem mimos em alto-mar*”. A repórter Camila Anauate, apenas dá as informações de como relaxar através de *spas* no aeroporto ou em um cruzeiro, mas não traz um contexto sobre a localidade.

80% das reportagens escolhidas procuram oferecer ao leitor uma visão equilibrada das possibilidades de passeio com informações que serão necessárias ao turista.

Também se pode afirmar que, na maioria das páginas dos cadernos de turismo analisados o que mais aparecem são propagandas de agências de viagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há, possivelmente, diferentes conclusões a que se pode chegar a partir da leitura crítica que procuramos fazer a partir deste estudo. Optamos por uma, fundamentalmente: ao turista que ficou empolgado com alguma matéria jornalística de um desses cadernos em questão, recomenda-se que não fique apenas com o caderno de turismo. Para se ter uma maravilhosa viagem, é necessário buscar informação em outros meios, inclusive em publicações especiais dos locais aos quais pretende visitar, bem como as “home pages” de locais turísticos que podem ser acessadas por endereços de busca na internet. Também há a opção de se adquirir e ler revistas e livros especializados em turismo, nos quais serão encontrados excelentes documentários sobre locais turísticos.

Assim, diante da constatação de que as publicações em jornais estão aquém das necessidades dos leitores que procedem ao turismo, é de se supor que esse é um campo vasto para investimento do jornalismo, este trabalho vem dar uma contribuição no sentido de ser um roteiro para facilitar a vida dos repórteres de viagens e lazer, inclusive porque, conforme há muito se divulga, trata-se o turismo de uma das indústrias mais rentáveis do mundo, além de gerar toda sorte de benefícios para quem o faz e para quem dele vive, como, por exemplo, na geração de empregos. Enfim, assim como se vislumbra um promissor futuro à atividade turística, esperamos que o jornalismo especializado nesta área também se desenvolva, sem perder suas características essenciais: a prestação de serviço ao público e o fomento de uma visão crítica da realidade, também no que se refere ao entretenimento, ao descanso e ao lazer.

Além de poder ser uma contribuição no sentido de ser um roteiro para jornalistas no sentido de formatar uma matéria de turismo.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 2. ed. 1997. 163 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas do Turismo. **Inventário da Oferta Turística: Instrumento de Pesquisa**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a Turismo e Hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998. 112 p.

DIMENSTEIN, Gilberto; KOTSCHO, Ricardo. **A aventura da reportagem**. São Paulo: Summus editorial, 2. ed.1990. 97 p.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas. 158 p.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual geral de redação**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2. ed.1987. 214 p.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Novo manual da Redação**. São Paulo: Folha de São Paulo, 7. ed. 1992. 331 p.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. São Paulo, Record, 2. ed. 2002. 189 p.

MARQUES, Luís Henrique. **Teoria e prática de redação para jornalismo impresso**. Bauru: Edusc, 2003. 102 p.

NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística**. São Paulo: Contexto, 2. ed. 2002. 319 p.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2. ed. 2003. 174 p.

SIGNER, Rena. **Curso prático de redação e gramática**. São Paulo: Sivadi, 2001. 416 p.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986. 141 p.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico: receptivo e emissor**. São Paulo: Pioneira, 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Formulário para análise crítica de anexos.

Identificação

| | |
|----------------|--|
| Autor: | |
| Título: | |
| Data: | |
| Jornal: | |
| Local: | |

Formulário

| Categorias de Análise Jornalística | | | |
|---|--|----------------------------|-------------------------------|
| Pauta e abordagem: | | | |
| Público-alvo: | | | |
| Presença da subjetividade ou postura burocrática do repórter na matéria analisada: | | | |
| Postura crítica: | | | |
| Resumo | | | |
| Categorias de Análise Turísticas | | Existe a informação | Não há esta informação |
| Acervo | | | |
| Agenciamento | | | |
| Alimentação | | | |
| Ancoradouro/fundeadouro/porto | | | |
| Atividade esportiva | | | |
| Atividades regulares dos centros culturais, científicos e técnicos | | | |
| Clima | | | |
| Descrição da paisagem | | | |
| Época de construção e/ou elaboração | | | |
| Época/duração e periodicidade de festas e atividades culturais | | | |
| Eventos | | | |
| Existência de praias | | | |
| Extensão de percursos com segurança | | | |
| Formas de apresentação | | | |
| Formas de comercialização | | | |
| Formas de saberes | | | |
| Hospedagem | | | |
| Identificação de pessoas que detenham o conhecimento dos saberes e fazeres | | | |
| Impactos ambientais | | | |
| Importância técnica | | | |
| Informações básicas do município | | | |

| | | |
|---|--|--|
| Infra-estrutura de apoio ao turismo | | |
| Lazer e entretenimento | | |
| Locais de percursos de interesse para visitação | | |
| Manifesta es artísticas e/ou culturais incorporadas ao atrativo | | |
| Meios de acesso ao município | | |
| Mitos, ritos e rituais | | |
| Ocorrência de caça ou pesca | | |
| Ocorrência de fenômenos naturais | | |
| Origem/histórico | | |
| Periodicidade | | |
| Possibilidade de banho | | |
| Presença de popula o residente e/ou constru es | | |
| Propriedades das  guas | | |
| Qualidade da  gua | | |
| Singularidade (fenômenos de ocorrência ocasional) | | |
| Sistema de comunica es | | |
| Sistema de segurança | | |
| Sistema médico-hospitalar | | |
| Transporte | | |

Crêterios utilizados para as categorias de análise jornalística:

1. **Pauta e abordagem:** considera se a matéria trouxe uma abordagem cultural, se apenas limitou-se a apresentar informa es básicas; se houve a valoriza o dos aspectos humanísticos (o povo local visitado e seus costumes), sócio-culturais e de respeito ao meio ambiente; ou se apresenta uma abordagem espetacularizada (sensacionalista), limitando-se a apresentar aspectos exóticos; considera ainda se trouxe alguma abordagem científica do assunto.
2. **Público-alvo:** se o turismo que divulga   o de elite ou um turismo mais acessível a um público mais amplo.
3. **Presença da subjetividade do repórter na matéria analisada:** “a reportagem turística   um discurso opinativo e subjetivo do ponto de vista do repórter, que acaba por destacar suas experiências próprias vividas durante a viagem”. Ou uma **Postura Burocratizada:** o repórter apenas d  as informa es, mas não traz um contexto sobre a localidade, não questiona as fontes, por fim, não explica nada.
4. **Postura crítica:** a reportagem não   mera publicidade e, menos ainda, propaganda do destino abordado, mas procura oferecer ao leitor uma visão equilibrada das possibilidades de passeio.

ANEXOS

ANEXOS

| | |
|--|-----|
| ANEXO 1: Santa e bela Catarina (A) | 111 |
| ANEXO 2: Vips e Sarados (A)..... | 111 |
| ANEXO 3: Piraju (B)..... | 114 |
| ANEXO 4: Barra mais que Bonita (C)..... | 117 |
| ANEXO 5: A arte em barro e talento (C) | 117 |
| ANEXO 6: Águas quente (D)..... | 119 |
| ANEXO 7: Hot Park e o Parque das Fontes (D)..... | 120 |
| ANEXO 8: São Carlos, Araraquara e Dourado (E)..... | 121 |
| ANEXO 9: Vinho e esqui à paulista (E)..... | 121 |
| ANEXO 10: Polo Cuesta (F)..... | 123 |
| ANEXO 11: Além de experts, verdadeiros apaixonados (G) | 127 |
| ANEXO 12: Patagônia: O lugar mais lindo do planeta é onde o vento faz a curva (H) | 129 |
| ANEXO 13: Patagônia: Mistérios e belezas do ‘fim do mundo’ (H)..... | 129 |
| ANEXO 14: Localização (H) | 130 |
| ANEXO 15: Natureza virgem e o tempo (H)..... | 131 |
| ANEXO 16: Navegar é preciso (H) | 132 |
| ANEXO 17: Alambiques e o café de Cristina (I)..... | 134 |
| ANEXO 18: Timburi: De onde se avista o Paraná (J) | 135 |
| ANEXO 19: Porto de Galinhas (K) | 137 |
| ANEXO 20: De trem pela Europa: livre, leve e solto (L) | 141 |
| ANEXO 21: Ilhas de bem-estar no meio do caos (M) | 143 |
| ANEXO 22: Aprenda a escolher um spa para chamar de seu (M) | 143 |
| ANEXO 23: Roteiros incluem mimos em alto-mar (M)..... | 145 |
| ANEXO 24: Ilhas de bem-estar no meio do caos (M) | 147 |
| ANEXO 25: Lendas e mitos para entender um país (N) | 148 |
| ANEXO 26: Primavera no Interior (O)..... | 150 |
| ANEXO 27: A “Itália” paulista (O) | 150 |
| ANEXO 28: A beleza escondida de Glasgow (P)..... | 153 |
| ANEXO 29: Muita história e belas paisagens na terra dos 'highlanders' (P) | 154 |
| ANEXO 30: NY: Cidade quer atrair turistas com "simpatia" e celebridades (Q)..... | 156 |
| ANEXO 31: NY: Visto é o principal problema do estrangeiro que quer ir à cidade (Q)... | 157 |

| | |
|---|-----|
| ANEXO 32: NY: Knicks e fãs famosos consagram Madison Square Garden (Q) | 157 |
| ANEXO 33: NY: Confira pacotes para viajar à cidade (Q) | 158 |
| ANEXO 34: Vivo e ruidoso, Benin sintetiza continente africano (R)..... | 160 |
| ANEXO 35: Uruguai: Em Montevidéu, turista viaja no tempo (S)..... | 162 |
| ANEXO 36: Uruguai: Montevidéu mostra pátria e paródia em seus museus (S)..... | 162 |
| ANEXO 37: Uruguai: Passeio desvenda Ciudad Vieja em Montevidéu | 163 |
| ANEXO 38: Veja pacotes com aéreo e rodoviário e cruzeiros para Montevidéu (S) | 164 |
| ANEXO 39: Veneza: Livros inspiram ida à cidade que recebe 15 mi de turistas ao ano (T) | 168 |
| ANEXO 40: Veneza: Caipirinha a R\$ 42 reflete supremacia de turistas (T) | 169 |
| ANEXO 41: Veneza: Confira opções de pacotes para a cidade (T)..... | 170 |
| ANEXO 42: União de esforços para proteger paraísos (U)..... | 172 |
| ANEXO 43: Emirados Árabes: Dubai vira paraíso de arquitetos e endinheirados (V)..... | 173 |
| ANEXO 44: Emirados Árabes: Arranha-céu mais alto do planeta terá 162 andares (V)... | 173 |
| ANEXO 45: Emirados Árabes: Tamareiras disputam espaço com obras (V) | 174 |
| ANEXO 46: Emirados Árabes: Confira preços de pacotes para Dubai (V)..... | 175 |
| ANEXO 47: São Petersburgo: Cravada na Rússia, cidade optou por ocidentalização (X) | 177 |
| ANEXO 48: São Petersburgo: Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos (X) ... | 178 |
| ANEXO 49: São Petersburgo: Confira opções de pacotes para a cidade russa | 180 |
| ANEXO 50: Lhasa, a capital do Tibete, é hoje uma cidade “chinesa” (Y) | 181 |
| ANEXO 51: Havaí usa traje casual todo dia da semana (W) | 182 |
| ANEXO 52: Luau apresentam hula para turista..... | 182 |
| ANEXO 53: Distância e falta de transporte público exigem viagens de carro pelo Havaí (W) | 183 |
| ANEXO 54: Cratera vira aquário natural no Havaí (W)..... | 185 |
| ANEXO 55: Vulcão serve de Lua para a Nasa (W) | 185 |
| ANEXO 56: Tão próximas e tão diferentes... (Z)..... | 186 |
| ANEXO 57: Pegue um mapa e descubra o centro (A.1)..... | 190 |
| ANEXO 58: Inesperados caminhos nos Andes (B.1) | 192 |
| ANEXO 59: Fuja das clássicas armadilhas (C.1)..... | 194 |

18/10/2007 - Turismo

ANEXO 1: Santa e bela Catarina (A)

Em outubro, a Oktoberfest é o evento mais famoso de Santa Catarina. Tudo começou há décadas como forma de apagar da memória de seus moradores as conseqüências nefastas da tempestade que quase engoliu Blumenau.

Além de devolver a auto-estima aos descendentes de alemães que colonizaram o trecho, as festas, regadas a muita cerveja, chucrute e Joelho de Porco, ajudaram na reconstrução da cidade e chamaram a atenção para esse pedaço europeu em pleno Brasil.

Blumenau e todas as cidades do entorno prosperaram, o turismo se incrementou, novos hotéis foram sendo construídos e a Oktoberfest se firmou no calendário de eventos.

Todos os anos quando a primavera se anuncia em cores e flores, Santa Catarina se torna ainda mais encantadora. Há festas por todas as cidades, com os mais variados nomes, com as mais variadas desculpas, incluindo muita comilança, não só de pratos típicos germânicos, mas açorianos também, já que o Estado concentra a maior colônia de “manezinhos” no País.

O Estado também atrai turistas por conta da proximidade de suas cidades: Florianópolis, Blumenau, Balneário Camboriú, Itapema, Itajaí, Brusque e Penha. Distância que não passa dos 100 quilômetros, convidando a um roteiro completo.

O gostoso, por exemplo, de se hospedar em Balneário Camboriú, Piçarras ou Florianópolis é a possibilidade de curtir suas lindas praias e completa infra-estrutura e de lá partir para visitas às fábricas de cristais, malhas e chocolates das imediações.

Outro passeio é dar um “pulo” até Floripa para a compra das famosas rendas de bilro junto às rendeiras da Lagoa da Conceição, com direito a uma escoregadeira até o Mercado Público, para aquele pastel de camarão junto ao Box 32.

As praias, sem dúvida, encabeçam o ranking de belezas do Estado. Há uma infinidade, incluindo somente na ilha-capital, mais de 40. Canasvieiras, Jurerê Internacional, Joaquina, Moçambique, Galheta, Mole, Naufragados, Santinho, Ingleses, Brava e Forte são apenas algumas delas. Lugares para se curtir o sol de outubro entre água transparente, dunas de sand-board, banquinhos à beira-mar, mariscos, ostras, camarão, polvo, ou seja, barriga-cheia.

Eliane Barbosa

18/10/2007 - Turismo

ANEXO 2: Vips e Sarados (A)

Mansões e lojas sofisticadas atraem estrangeiros, engrossando o número de turistas nas praias e cidades de Florianópolis

Floripa é convidativa de norte a sul, de leste a oeste. A praia de Jurerê e de Jurerê Internacional é famosa por receber “vips”, muitos estrangeiros, por contar com belas mansões e lojinhas incrementadas.

Pelo mesmo caminho, mais para cima, fica a praia dos Ingleses, com o mar um pouco mais agitado e com a faixa de areia branquinha, repleta de barzinhos e lanchonetes, que oferecem enormes camarões empanados, entre outras delícias do mar.

Canasvieiras é a praia indicada para quem vai com a família e tem filhos pequenos por conta do mar manso e pelo serviço de bar na orla. É só ficar no banquinho que o garçom chegará com amplas porções, cerveja gelada e o sorvete do momento para a garotada.

Badalação e corpos sarados é o resumo de Joaquina, esta já na região leste da ilha. Tem mar azul de ondas altas e dunas com areia bem branquinha, especial para o skibunda.

De lá é fácil seguir até a Lagoa da Conceição, o paraíso das rendeiras e onde funcionam excelentes restaurantes especializados em frutos do mar.

À noite não faltam bares e casas noturnas para os manezinhos e amigos curtirem um dos locais frequentados por Guga, o tenista que já deu muita alegria aos brasileiros. Floripa também é conhecida como a Ilha da Magia. A explicação vem logo na entrada da cidade, com a visão da antiga Ponte Hercílio Luz, construída em 1926, e a iluminada e larga avenida Beira Mar, que serve de acesso para as praias mais badaladas do litoral norte.

Em outubro é fácil chegar a essas baías encantadoras. Já em dezembro, janeiro e fevereiro, por conta da alta temporada de verão e pela presença dos “hermanos” argentinos, o movimento é intenso e muitas vezes é preciso calma para atingi-las.

Pântano do Sul

Ao contrário de Joaquina e da Lagoa da Conceição, o sul de Floripa tem lugares calmos para os turistas que querem mais sossego.

Comunidades nativas, casinhas de pescadores, propriedades rurais escondidas estão pelo caminho que conduz o visitante a lugares como Lagoinha do Oeste, à Praia do Rio das Antas, a Matadeiro, Armação e Pântano do Sul.

Lembra aquelas cidadezinhas com casas de areia batida lá pelos lados da Bahia. Com o diferencial de fazerem parte desse lado diferente do Sudeste brasileiro, onde badalação e calmaria se completam.

Balneário Camboriú

O público do Interior paulista adora Balneário Camboriú. E não é para menos. A cidade conjuga a favor dos turistas.

Não há uma temporada sem melhoramentos. A cada nova estação novos equipamentos são inaugurados, as praias se tornam mais limpas e perfeitas, os calçadões proliferam e as opções de lazer idem.

Jovens, crianças, casais e a turma da melhor idade encontram seu “point” em balneário. Seja ao longo da Praia Central, onde funcionam campos de malha, seja nas praias agrestes perfeitas para surfe, no Parque Unipraiais, com bondinhos aéreos, mirantes e arborismo, no Complexo Cristo Luz, na Ilha das Cabras...

A exemplo de Florianópolis e cidades circunvizinhas, em Balneário Camboriú gastronomia é coisa séria. A cidade oferece uma infinidade de bares, lanchonetes e restaurantes, incluindo a Via Gastronômica. E um comércio agitado, com shoppings, o que garante boas compras.

Piçarras

Piçarras é um lugar para quem quer fugir de muita agitação. Assim como Itapema, Porto Belo e São Francisco Sul. Oferece praias com águas tranquilas – a cidade se orgulha da balneabilidade de suas águas, consideradas entre as mais limpas do Estado -.

Durante todo o ano promove uma infinidade de eventos, que passam pelo Campeonato Brasileiro de Jet Ski e pela Fenamar (Festa Nacional do Mar), que visa propagar a cultura regional, dando ênfase às tradições portuguesa e açoriana. Ah! E com direito a muito bacalhau e sardinhada.

Bombinhas

Bombinhas também faz parte da Costa Verde & Mar da Santa e bela Catarina. É um pequeno município cercado de baías, costões, enseadas e mais de 20 praias.

O município é área de entorno da Reserva Biológica do Arvoredo, que possui uma fantástica biodiversidade marinha e de aves e é a única reserva marinha do Sul do Brasil. Portanto, um verdadeiro santuário natural, com fauna e flora abundantes, tanto no mar quanto na Mata Atlântica que cerca a cidade.

Itajaí

A “viagem” entre Balneário Camboriú e Itajaí, a cidade portuária do Estado, não dura mais que 15 minutos. E vale a pena. A cidade é uma graça, com construções centenárias, um imenso porto e excelentes restaurantes.

Itajaí localiza-se na foz do rio Itajaí-Açú, no litoral de Santa Catarina. O município preserva seu patrimônio arquitetônico, revelando detalhes das culturas que foram trazidas pelos portugueses, negros, alemães e italianos que colonizaram o lugar.

A Marejada, a maior festa portuguesa e do pescado do País, é realizada anualmente em Itajaí, cidade que também tem seis lindas praias.

Blumenau

Blumenau fica próxima de Balneário Camboriú, Florianópolis, Itapema, Bombinhas....

Ao contrário de suas vizinhas, não tem praia, mas em compensação reserva paisagens deslumbrantes, chocolate, malhas e, claro, cerveja da melhor qualidade.

Lá a boa mesa e o bom chope com sabor inconfundível tirado na hora são sempre apreciados pelos visitantes.

Blumenau é rodeada por um anel de mata verde, que convida o visitante a apreciar seus parques, com animais e plantas que margeiam ribeirões, tudo cercado por floridos jardins.

Uma cidade que conserva traços germânicos da colonização e que festeja a vida em festas populares como a Oktoberfest.

** A jornalista participou da BNT – Mercosul, feira de turismo de Balneário Camboriú a convite dos organizadores da GWG MKT e Eventos.*

Eliane

*Barbosa**

06/09/2007 - Turismo

ANEXO 3: Piraju (B)

Especial para se esquecer as preocupações e se entregar aos prazeres de uma vida simples

Vida mansa, água limpa, praias, corredeiras e um grande trecho de rio represado. Piraju, na seqüência de Avaré, é uma das cidades mais agradáveis do trecho paulista cortado pelo rio Paranapanema. Que o diga Flávio Miranda, que numa breve passagem a trabalho pela cidade se encantou com o lugar.

Convidativa por conta da pequena distância de Bauru e por tratar o turismo e o meio ambiente como coisas sérias e com jeitinho de interior, a cidade tem ladeiras a perder de vista, ruas limpas, comércio agitado, praças bem conservadas, azaléias multicoloridas, uma igreja imponente lá no alto e o rio, claro.

Um rio que, ao mesmo tempo em que divide os dois Estados, São Paulo e o Paraná, une as pequenas e surpreendentes cidades que usam sua água para a sobrevivência e como atrativo turístico. Enfileiradas, arrumadinhas, sempre aguardando novos visitantes.

Piraju, à primeira ou muitas outras visitas, agrada. Assim como suas vizinhas pequenas, agradáveis: Itaipava, Cerqueira César, Manduri, Ipaçu, Bernardino de Campos...

De Avaré a Piraju, pela rodovia Raposo Tavares, são 33 quilômetros. Piraju fica no sudoeste do Estado de São Paulo, no eixo do circuito Ipaussu, Timburi, Bernardino de Campos, Sarutaiá, Fartura, Carlópolis e Tejuapá. Por conta do rio Paranapanema e das usinas que o represam, justifica seu nome pela quantidade e diversidade de peixes em suas águas. O nome Piraju, de origem indígena, significa “peixe dourado” em guarani.

E ele é o símbolo do município, com direito à estátua no portal de entrada. O monumento Peixe Dourado é um dos cartões postais da cidade, que recebe bem os visitantes, distribuindo-os em campings, hotéis e pousadas charmosas, como a Pousada Campo Mourão, acesso para suas cachoeiras.

Conta com restaurantes e lanchonetes, alguns estrategicamente construídos à beira do rio. Caso do Pirabar Restaurante, na praça Benedito Silveira Campos, ao lado da Marinha e do atracadouro de barcos.

Durante os finais de semana, sábados e domingos, duas embarcações se revezam, levando e trazendo turistas e moradores da cidade. O percurso, gostoso, é de sete quilômetros, especial para se entender o porquê da cidade ser fonte constante de visitas mesmo de quem mora na Capital, distante 320 quilômetros pela rodovia Castelo Branco com trecho, a partir de Avaré, pela rodovia Raposo Tavares.

Além dos passeios, da pesca, das trilhas, do contato com a natureza privilegiada que faz do ecoturismo sua principal atração, Piraju oferece corredeiras, lagos e rios para a realização de atividades mais radicais, como rafting e canoagem.

As cachoeiras do Arco-Íris (15 metros) e do Castelo (10 metros), que têm poço para banho e ducha natural, são famosas e muito procuradas nos meses de verão. São abertas ao público e funcionam nos finais de semana e feriados a partir das 10h (ingressos: R\$ 5,00, adultos e R\$ 3,00, crianças). Ficam na área pertencente à Fazenda e Pousada Campo Mourão, empreendimentos administrados pela amável Lenita do Val (www.pousadacachoeiras.com.br, telefone (14) 3351-1535).

A fazenda Capitão Mourão possui 130 alqueires com lavouras de café Catuaí e Mundo Novo, propriedade de Luiz Carlos do Val, pai de Lenita, há mais de 50 anos. A pousada rural, inaugurada em dezembro de 2002, é parte do projeto turístico iniciado em

1993 a fim de transformar a propriedade em um local com infra-estrutura para o ecoturismo.

O ribeirão que corta a fazenda, de águas limpas, forma as duas famosas cachoeiras dentro de espessa mata nativa. Segundo os proprietários, as “quedas d’ água começaram a ser divulgadas na região quando foram concluídas as obras de infra-estrutura básica, como banheiros e vestiários. Além disso, era preciso terminar benfeitorias que permitissem ao visitante usufruir de maior conforto, com quiosques, deques e churrasqueiras.

Tudo respeitando o meio ambiente e integrando o homem ao espaço, sem nunca agredi-lo. A Cachoeira do Castelo é a primeira avistada pelos turistas assim que cruzam a portaria da pousada (um castelinho de pedra). Rasa, perfeita para toda a família passar horas sem preocupação, mesmo que acompanhada de filhos pequenos. Conta com bar, lanchonete, quiosques, vestiários e trilhas ecológicas.

A menos de 2 km de distância da primeira, a Cachoeira Arco-Íris é mais alta (35 metros), mais profunda e com pontos de corredeiras. Ideal para esportes de aventura. Seu maior atrativo é uma caverna sob a cortina d’água.

Doce Avaré

Avaré, distante 120 quilômetros de Bauru e 267 quilômetros de São Paulo, é banhada pela Represa de Jurumirim, um verdadeiro mar de água doce em pleno Interior. O clima de campo e o fascínio das águas permitem a prática do ecoturismo e esporte aquático.

“Como grande parte das cidades do Interior Paulista, Avaré é charmosa, acolhedora, tranqüila e com um diferencial importante, que é a exuberante natureza, espalhada em 1.288 quilômetros quadrados. A represa de Jurumirim, formada pelo rio Paranapanema, é um dos maiores atrativos turísticos da cidade. Além disso, a região também possui outros pontos turísticos, como a cachoeira da Liberdade, a cachoeira Bela Vista, a corredeira do rio Novo e Ponte Inglesa, a Floresta Estadual – Horto Florestal, a Trilha do Jeriquibá e a Usina do Rio Novo”, detalha a jornalista Euracy Campos.

Além da represa, que propicia pesca, esportes náuticos e contato com a natureza, os visitantes podem conhecer e adquirir o doce de leite famoso e cachaças artesanais fabricadas em alambiques centenários. O Pingo de Avaré – um doce de leite cremosa com cobertura crocante – é famoso no País todo. É um doce que, por sua tradição, remete o consumidor a lembranças da infância, agradando todas as gerações.

O “sabor de Avaré” é distribuído em embalagens diversificadas com 30, 50, 72, 18 unidades, com preços entre R\$ 2,00 e R\$ 7,80 e agora com novidade: pingo de leite diet, especial para dietas com restrição de açúcares.

Para se chegar à fábrica é fácil: basta entrar no centrinho da cidade. O laticínio localiza-se na rua Jango Pires, 49 (www.gotdasdeleite.com.br). Já para encontrar o Engenho Rio Novo, produtor da cachaça artesanal Reserva do Tinoeiro, a dica é perguntar a localização exata para um morador da cidade.

Na rodovia Avaré-Piraju há apenas uma pequena plaquinha indicando a entrada. Alguns quilômetros em frente, por terra, passa-se por um bananal até se chegar à sede e à fábrica, que está parada, para reparos. Em época de produção, a Engenho Rio Novo chega a produzir 300 litros por dia, detalha Paulo Sérgio Siqueira, encarregado das vendas.

As cachaças envelhecidas custam entre R\$ 13,00 e R\$ 30,00; Gold, R\$ 15,00; Export, R\$ 30,00, e Silver, R\$ 13,00. A primeira envelhecida por cinco anos, a segunda, por oito e a Silver, bidestilada. Há ainda à venda miniembalagens, que custam entre R\$ 2,50 e R\$ 3,50.

Visitantes de Maringá, Curitiba e do Rio Grande do Sul, quando passam por Avaré, levam caixas da “branquinha”.

Rastros de 8.000 anos

Piraju, assim como outras cidades do Circuito Paranapanema, é rica em sítios arqueológicos. Segundo a publicação “Rio Paranapanema”, pesquisas realizadas na região atestam características do povoamento humano ao longo de 8.000 anos. “Durante milênios, caçadores-coletores nômades, chamados de umbus, peregrinavam pelas matas e vales, vivendo sobretudo nos terraços formados logo acima das margens dos rios. Pedras lascadas e restos de fogueira são vestígios de sua presença”, informa.

Os umbus viviam em bandos de 20 a 30 pessoas, mineravam rochas para fabricação de utensílios e armas (como raspadores, pontas de flecha e facas) e sobreviviam da coleta de vegetais, caça e pesca.

Provenientes originalmente da Patagônia (sul argentino), encontraram no vale do Paranapanema um clima agradável com alimento em abundância e uma rocha particularmente boa para ser lascada, o arenito silicifadp – areia endurecida há milhões de anos em meio ao magma vulcânico. Os umbus sumiram com a chegada dos guaranis, que passaram a desenvolver a agricultura.

Eliane Barbosa

05/07/2007 - Turismo

ANEXO 4: Barra mais que Bonita (C)

A cidade simpatia oferece as várias faces do Tietê ao viajante; dos passeios de barco à culinária típica, vale a pena conferir. A principal paisagem vista nas estradas do Interior de São Paulo é também parte de nosso destino. Os canaviais se espalham em rios verdes a partir da cidade de Barra Bonita e é provável que você já tenha colocado em seu café um pouco da Barra. Ali, fica a uma das principais usinas produtoras de açúcar e álcool do Estado de São Paulo. Mas a Barra, cidade com pouco mais de 35 mil habitantes, não é conhecida apenas pelo açúcar. Cortando as entranhas da cidade está o rio Tietê.

É na água que a vocação da cidade aparece: peixe da melhor qualidade e com receita exclusiva, passeios de barco, pescaria ou, quem sabe, apenas parar e ver o pôr-do-sol sentado à beira do rio. Em Barra, porém, o Tietê tem vida e dá vida a muitas pessoas, todas elas ligadas a trabalhos movidos e motivados pelo rio. O principal atrativo de Barra Bonita são os passeios de barco, realizados desde 1964 pela Navegação Fluvial Médio Tietê e seus navios em branco e vermelho. O mais antigo, ainda em operação, é o San Raphael, com 350 lugares e que leva o nome do fundador da empresa. Os outros dois barcos em operação pela Médio Tietê são o San Diego, para 400 pessoas, e o San Marino, com capacidade para 600 passageiros.

A partir do final da década de 70, as viagens ganharam mais conforto e o atrativo da eclusagem. Os barcos percorrem o rio em sentido à nascente e para vencer um desnível de barragem utilizam a eclusa, ou seja, o elevador de água. Os passeios revelam uma paisagem diferente da monotonia dos canaviais, com a presença de garças e outros pássaros, além da exuberância da mata ciliar.

A voltinha de navio dura de 1h30 a três horas, dependendo da disponibilidade do turista, e os preços variam de R\$ 22,00 a R\$ 45,00. O cruzeiro mais longo dá direito a uma refeição completa à bordo. No correr da viagem, o comandante fala um pouco sobre a hidrovia, explica o funcionamento da eclusa, e acaba contando algumas histórias “de pescador”.

Para quem opta pela viagem mais duradoura, o caminho das águas se estende até a outra direção do Tietê, a jusante. Ali, a cerca de 15 quilômetros do Porto, está a Fazenda Porto Santo Amélia, mais conhecida por ter hospedado o então Imperador do Brasil, Dom Pedro II. A fazenda data do final do século 19 e foi uma das principais produtoras de café do Estado. É pena a fazenda não estar (ainda) aberta a visitação. Mas Barra tem mais a oferecer dentro e fora d’ água, já que outras duas empresas fazem passeios.

Daiana Dalfito

05/07/2007 - Turismo

ANEXO 5: A arte em barro e talento (C)

Entre as olarias da cidade, conhecida pela qualidade dos produtos, está a tradicional oficina do seu Zé do Pote

Em Barra Bonita o rio Tietê oferece mais que turismo, navegabilidade, beleza e peixes aos moradores. Uma das principais atividades da cidade são as olarias e cerâmicas que enchem uma faixa do lugar com suas chaminés. A cidade ficou famosa no Estado pela boa qualidade de seus produtos feitos de barro, como telhas.

Mas é uma pequena oficina que realmente chama a atenção dos turistas que visitam a Barra. Entre as olarias está a cerâmica Sagrado Coração de Jesus ou, como diz a placa em

frente à loja-oficina, “Oficina Cerâmica Corrêa”. Ali você também pode chegar perguntando pelo ‘seo’ Zé do Pote.

Os vasos, cachepôs, potes para água, objetos de decoração, luminárias e uma infinidade de produtos surgem das mãos de ‘seo’ Zé há 63 anos. Hoje, ele, com 77 anos, divide a oficina com os filhos e outros integrantes da família. Os trabalhos chegam a 400 modelos diferentes e todo o processo é feito na oficina, desde a preparação da argila, que é retirada do Tietê, até o acabamento das peças. Por dia, cerca de 200 unidades são feitas pelas mãos dos artesãos.

Os visitantes podem marcar visitas em excursões ou individualmente na cerâmica. Todos os objetos expostos estão à venda e os preços agradam aos bolsos, variando de R\$ 5,00 a R\$ 70,00. Além das compras, os curiosos podem acompanhar todo o processo de produção e, se der sorte, até experimentar a quenturinha do forno que queima as peças. Quando aceso e fechado, a temperatura atinge os 980°C.

Engana-se quem pensa que a argila é simplesmente colocada sobre o torno e moldada. Antes é preciso misturar dois tipos de barro e retirar por meio de cilindros as pedras que podem estragar o trabalho e machucar as mãos do artesão. Depois no torno, os artesãos transformam um punhado de barro em obra de arte. Terminada a peça, ela vai para o forno e o cozimento se estende por dois dias, enquanto outros três são para resfriar a cerâmica. Só aí o acabamento é dado, dá-lhe lixa, tinta, verniz, pátina.

Para os mais atrevidos é possível vivenciar um dia de ceramista e ter a experiência de domar o barro “vivo” entre as mãos, no torno. Explica o ceramista Norberto Corrêa, que, dependendo da solicitação, pode moldar uma peça assim como o ‘seo’ Zé, em tornos montados exclusivamente para o visitante.

Certas peças produzidas na oficina do Zé do Pote tem um layout bem conhecido. É bem provável que, ao entrar na cerâmica, o turista sinta uma espécie de déjà vu ao ver os vasos ornados por motivos florais em baixo relevo.

Daiana Dalfito

14/06/2007 - Turismo

ANEXO 6: Águas quente (D)

Sem preocupação se fará frio ou choverá, Caldas Novas e Rio Quente, em Goiás, oferecem mordomia em águas quentes

A partir de julho, Bauru e Caldas Novas, em Goiás, ficarão mais perto com vôos fretados saindo do Aeroporto Moussa Tobias. Oportunidade para o público do Interior se esbaldar num mundo de águas termais.

Antigas e cercadas de lendas, incluindo a de que teriam origem em um vulcão adormecido, as fontes de águas quentes do cerrado goiano são, na verdade, resultado da infiltração da água das chuvas em fissuras de rochas que cercam o complexo, chegando a 1.200 metros de profundidade.

Lá no fundo são aquecidas a 600 C, ganham pressão e retornam à superfície, onde se misturam com a água fria do lençol freático, brotando em fontes naturais.

Uma delícia para agradar crianças, jovens, adultos e a turma da melhor idade em qualquer época do ano. Faça sol, faça chuva, faça frio.

Caldas Novas e sua vizinha, Rio Quente, distam 170 quilômetros ao sul de Goiânia, a Capital do Estado. Caldas Novas é o mais popular pólo turístico de Goiás e tem inúmeras opções de hotéis – a maioria com piscinas naturais.

Rio Quente, por sua vez, é pequena, mas abriga a famosa Pousada do Rio Quente, um complexo hoteleiro com 18 piscinas de águas que chegam a 37°C e dois parques nos moldes de gigantes semelhantes em São Paulo e no Ceará.

O presidente do Conselho Municipal de Turismo de Caldas Novas, Aparecido Sparapani, explica que, além de ser o “paraíso das águas”, Caldas Novas conta com o aeroporto mais moderno do Interior do País e oferece uma gama de pontos turísticos atrativos e uma noite movimentada para os visitantes que se dispõem a conhecê-la depois dos banhos termais.

Jardim Japonês, Lagoa Quente, Lago de Corumbá e o Parque Estadual da Serra de Caldas Novas são apenas alguns exemplos. O Jardim Japonês é um local que possui forte energia espiritual. É um passeio pelas tradições dos monges budistas que, desde o século 12, utilizam jardins como este para fazerem suas meditações e orações.

Há toda uma simbologia oriental aplicada a cada detalhe. O chafariz da tartaruga, por exemplo, conota longevidade e tranquilidade. O local foi construído na área da sede de uma antiga fazenda goiana da qual foram preservados objetos e instalações características da colonização da região. As antigas moendas de cana-de-açúcar, as rodas d'água, os carros de boi, entre outros, estabelecem um interessante contraste com a suavidade da cultura oriental.

A Lagoa Quente ou Lagoa do Pirapitinga (nome que os índios deram a um peixe que vivia nessa água e que significa peixe branco) estão entre as nascentes mais quentes de toda a região. Algumas chegando a 57°C, como o Poço do Queima Ovo, que é capaz de cozinhar ovos na água natural.

Para quem prefere águas frias, a dica fica por conta do Lago do Corumbá com uma área de 65 quilômetros quadrados e que foi formado pelo represamento das águas do rio Corumbá para alimentar a usina hidrelétrica do mesmo nome. Nele, é comum a prática de esportes náuticos, passeios de barco e pesca esportiva. Ao seu redor os visitantes contam com vários clubes sociais.

O Parque Estadual da Serra de Caldas Novas é outra boa alternativa de passeio. Está localizado entre os municípios de Caldas Novas e Rio Quente, a 3 quilômetros do

Centro de Caldas Novas. A Serra possui aproximadamente 130 km². É lá que se esconde o maior manancial de águas termais do mundo com uma vazão superior a 8 milhões de litros por hora.

O parque, além de proteger a área de captação dos mananciais, constitui uma grande reserva de proteção da biodiversidade do cerrado e uma estação de estudos do bioma cerrado.

Eliane Barbosa

14/06/2007 - Turismo

ANEXO 7: Hot Park e o Parque das Fontes (D)

A maior atração do Rio Quente é o Hot Park, parque aquático também aberto a visitantes de um dia. Em suas 11 piscinas com temperatura de 37,5°C em média, unem-se os hóspedes da Pousada para relaxar, brincar, receberem massagens, enfim, curtir a força daquelas águas.

O Hot Park recebe 6 milhões de litros de água por hora de 18 fontes naturais e oferece várias duchas que proporcionam massagens naturais graças à altura das águas que caem de dois a três metros de altura.

Quem quer tranquilidade também encontra sua piscina em Rio Quente: o Parque das Fontes, cercado por fauna e flora exuberantes, fontes e piscinas naturais de água corrente aquecida e que fica entre as construções dos hotéis Turismo e Pousada.

Este complexo, situado a 630 metros de altitude, é rodeado por várias piscinas, duchas naturais, saunas e poços. As piscinas têm profundidade máxima de 1,60 m e água renovada a cada 20 minutos, o que garante a qualidade e higiene. Sua transparência e pureza são impressionantes, fazendo com que pequenos cardumes sejam visualizados pelos visitantes.

Esses podem receber duchas relaxantes – a força da água funciona como estimulante das funções orgânicas – ou simplesmente relaxar nas saunas e nos dois poços escavados na rocha, de onde a água cristalina e bem quente brota antes de atingir as piscinas.

Depois de deixar todas as preocupações para trás, os hóspedes da Pousada podem ainda jogar tênis ou tomar um drinque nos aconchegantes bares aquáticos estrategicamente construídos para o bem estar.

O Parque das Fontes funciona ainda como habitat natural de várias espécies de pássaros, com destaque para tucanos, que passeiam pela fauna típica do cerrado.

Eliane Barbosa

07/06/2007 - Turismo

ANEXO 8: São Carlos, Araraquara e Dourado (E)

Na região de Bauru, hotéis-fazendas centenários são um eterno convite para o descanso em ritmo de festa no interior. As fazendas de São Carlos, Araraquara, Dourado e Colina (a capital nacional do cavalo) oferecem ótimos programas de lazer, incluindo o melhor da cozinha caipira, leite puro, café aromático e estrelas no céu destacadas em noites de arraíá.

Uma das propriedades mais festejadas é a Fazenda Pinhal (Estrada do Broa, km 4,5, telefone (16) 272-5683, www.fazendapinhal.com.br), um lindo casarão de 1830. Ao lado da casa-grande e da senzala, enfileiram-se dezenas de jabuticabeiras que oferecem seus frutos para o preparo de geléias e outros pratos divinos.

Outra opção é a Fazenda Hotel Salto Grande (rodovia Washington Luís, km 273, Quitandinha, telefone (16) 222-4169, site www.hotelfazendasaltogrande.com.br), em Araraquara. A fazenda também é centenária, de 1850, e oferece ao hóspede programas de lazer que incluem passeios a cavalo e visita às cachoeiras da região.

Em Dourado, destaque para a Estância Santa Clara (Estrada Luís Antônio de Oliveira, km 197, (16) 3345-4004, www.estanciasantaclara.com.br), que pertenceu à família do presidente Washington Luís e conta com floresta preservada com cachoeiras e nascentes, além de piscina, ofurô, quadras de tênis e futebol e lago com tirolesa.

Com outro foco, Brotas também se preparou para o mês de junho. Neste feriado, uma das agências de turismo da cidade, a Ecoação, estará realizando uma série de atividades, incluindo rafting, tirolesas aquáticas, visita à Areia que Canta com almoço, à cachoeira Cassorova e Quatis e entrada para o Forrobodó: festa junina tradicional da cidade, onde vão tocar Trio Virgulino, Rasta Pé, Sotaque Paulista e Bicho de Pé. O pacote custa R\$ 313,00.

Eliane Barbosa

07/06/2007 - Turismo

ANEXO 9: Vinho e esqui à paulista (E)

São Roque, cidade distante 50 quilômetros de São Paulo e atingida através de Bauru pela rodovia Castelo Branco (acesso por Alphaville), reserva aos visitantes passeios de charrete, festas juninas, vinho e até uma estação de esqui. O Ski Mountain Park, além das atividades convencionais, está oferecendo em junho arvorismo especialmente para kids, minipista de F1 e circuito pônei.

São Roque foi fundada por imigrantes italianos no final do século 19 e que se dedicaram à produção de vinho. Hoje as uvas usadas na elaboração dos tintos, espumantes e brancos, vêm do Sul do País, com as vinícolas processando a moagem de forma artesanal. Em algumas adegas há até restaurantes de massas e degustação de vinhos. Aproveite para conhecer a Fazenda Santa Adélia, que oferece doces e salgados divinos – perfeitos, inclusive, para se presentear.

Quem gosta de pegar a estrada e tem tempo, pode aproveitar o mês de junho para conhecer Cunha, “a cidade das cerâmicas”, que promoveu no último final de semana o lua caipira e a cavalgada na lua cheia, um passeio noturno a cavalo, com duração de duas horas pelas estradinhas de terra que cortam os bosques de Mata Atlântica da região. O programa que deve se repetir em outros finais de semana de lua cheia no inverno é promovido pela Cunhatur (associação de empreendedores de turismo da região).

Situada entre duas reservas de mata atlântica (a federal, da Bocaina, e o Parque Estadual da Serra do Mar), Cunha é uma região de rara beleza. Do alto da Pedra da Macela, a 1.850 metros de altura, o visitante usufrui de uma vista deslumbrante do mar, que compreende mais de 180 km de litoral e engloba a cidade de Paraty, passa pela baía de Ilha Grande e chega a Angra dos Reis.

O passeio pelo Parque Estadual da Serra do Mar oferece trilhas curtas, que podem ser percorridas durante todo o dia pelos visitantes e trilhas longas de vários quilômetros que adentram pela mata e são guiadas pelos monitores do parque.

Perto de São Roque, também com acesso pela rodovia Castelo Branco, fica Itu, a cidade que promete também exagerar em suas festas juninas e em programações para todos tirarem dos armários os chapéus de palha.

As festividades começaram no final de maio com o desfile do Divino, já que a cidade é conhecida como a Roma brasileira graças às suas igrejas barrocas e à forte religiosidade dos moradores. O desfile percorreu o centro histórico, passando por igrejas, museus e casarões antigos que abrigaram importantes encontros políticos da história brasileira.

Durante o mês dedicado a Santo Antônio, São João e São Pedro, quermesses estarão acontecendo em várias praças da cidade com violeiros tocando músicas folclóricas e religiosas. O passeio se completa com um almoço reforçado no tradicional bar Steiner (mais conhecido como Bar do Alemão), que faz um filé a parmegiana digno de reis e rainhas. O prato médio custa R\$ 49,00. Fica na rua Paula Souza, 575, telefone (11) 4022-4284 e abre de terça a domingo (inclusive no almoço e jantar).

Em Itu, depois das quermesses, da passagem pelo Bar do Alemão e de fotos pousadas junto ao orelhão e o semáforo gigantes, vale a pena visitar fazendas centenárias, como a Fazenda do Chocolate, cavalgar como os antigos tropeiros, fazer trilhas (inclusive em noites de lua cheia) e comprar licores e chocolates artesanais.

Eliane Barbosa

17/05/2007 - Turismo

ANEXO 10: Polo Cuesta (F)

Do ecoturismo ao turismo religioso, as dez cidades do Pólo Cuesta oferecem opções variadas para agradar toda a família

Pertinho de Bauru há opções variadas de turismo. Numa região rodeada de belas paisagens, onde é possível viver a aventura de uma escalada e até saber como funcionava uma fazenda de café nos tempos áureos, isso sem falar na possibilidade de conhecer uma criação de sacis. Estamos falando do Pólo Cuesta, formado por dez cidades incrustadas na Cuesta de Botucatu, onde é possível praticar esportes radicais, curtir um banho de cachoeira ou simplesmente relaxar passeando a cavalo, apreciando as belíssimas paisagens que a viagem nos oferece.

Além das opções de turismo, a vantagem de visitar os municípios do Pólo é a distância que os separa de Bauru. Anhembi, Areiópolis, Bofete, Botucatu, Conchas, Itatinga, Paranapanema, Pardinho, Pratânia e São Manuel estão bem próximas a Bauru, sendo que a cidade mais distante é Paranapanema, localizada a 350 quilômetros. As demais ficam entre 65 e 163 quilômetros.

A proximidade entre as cidades que compõem o Pólo Cuesta também facilita o passeio, já que o visitante pode optar pela hospedagem em uma cidade e, a partir dali, se locomover para outra, conhecendo os atrativos que cada uma oferece.

Sem dúvida, o ecoturismo e o turismo de aventura puxam a fila de atrações do Pólo. A começar pela própria Cuesta de Botucatu, que é uma área de proteção ambiental com 395,6 quilômetros quadrados. As opções de ecoturismo contam ainda com trilhas em mata nativa, o Parque Ecológico da Pavuna, cachoeiras, o Gigante Adormecido, Três Pedras, Mirante das Três Pedras, Morro do Peru, Morro de Bofete, Pedra Branca e Horto Florestal de Itatinga.

Há diversas curiosidades sobre os roteiros de ecoturismo, como o Gigante Adormecido, cuja formação rochosa lembra uma pessoa deitada. Apesar de estar localizado em Bofete, a melhor vista do gigante é de Pardinho, mais especificamente no Mirante das Três Pedras, onde é possível ter uma visão privilegiada das duas atrações.

A região é perfeita para os amantes dos esportes radicais. As cidades possuem o ambiente perfeito para quem pratica arborismo, corrida de aventura, ciclismo, enduro a pé, escalada, esportes verticais, kart-cross, vôo livre e tirolesa.

História, cultura e folclore

Não é só de trilhas e esportes radicais que vive a Cuesta. Nas cidades que abrigam as belas paisagens e oferecem opções variadas para os aventureiros, também é possível viajar no tempo e conhecer um pouco mais da história, não só do Interior paulista, mas também do Brasil.

Na rota do turismo histórico da Cuesta, pode-se aproveitar o grande número de fazendas antigas, que ainda preservam suas estruturas originais. A diversidade de museus também é grande, com destaque para o Museu Histórico e Pedagógico Padre Manoel da Nóbrega, em São Manuel, cujo acervo abriga mais de 4.000 peças.

Além dele, o Museu do Café, na Fazenda Lageado, em Botucatu, conta a história daquela que foi considerada a maior fazenda de café do mundo, chegando ao impressionante número de 1 milhão de pés de café. A música e a religião também estão

presentes na Cuesta, com destaque para os museus Tônico e Tinoco e Pedro Bento e Zé da Estrada, além das inúmeras igrejas históricas nas cidades da região.

Outra presença marcante no Pólo Cuesta é o folclore. Quem nunca ouviu falar dos famosos criadores de saci de Botucatu? Mas não é apenas o saci que permeia o imaginário dos turistas. Nas cidades da Cuesta é possível acompanhar atrações que remetem aos idos mais antigos, como as danças típicas (catira, holandesa, árabe, japonesa), festas juninas, pousos do Divino e rodas de viola. (MS)

Viajando no tempo em Botucatu

Mais do que conhecer a história, ir a Botucatu significa entrar no seu cotidiano, viajar no tempo através das ruas do Centro Histórico e perceber os traços centenários dos prédios da prefeitura, da Basílica Menor de Santana, a Capela da Santíssima Trindade, o Palácio Episcopal – Seminário Diocesano, entre outros.

Entretanto, sem dúvida nenhuma, a Fazenda Lageado ainda é a atração histórica mais interessante da cidade, por manter até hoje a estrutura que era utilizada nos tempos dos grandes produtores de café.

A Fazenda Lageado foi de suma importância no processo de expansão da cultura cafeeira no oeste paulista. A primeira fase da propriedade teve início por volta de 1881, se estendendo até 1934. São marcantes, desse período, diversas edificações ainda preservadas, como: a Casa Grande, o depósito de café, a casa de máquina, o moinho de fubá e a estrebaria.

A seguir a Fazenda Lageado assumiu outro papel. Vinculada ao Departamento Nacional do Café em 1934, foi transformada em Estação Experimental, voltada ao desenvolvimento da cultura do café. Dessa fase algumas construções ainda estão intactas: o prédio da Diretoria, a Hospedaria e algumas colônias de funcionários.

Por último, desde 1972, a área é ocupada pela Universidade Estadual Paulista (Unesp), sendo sede da Faculdade de Ciências Agrônomicas também abrigando parte da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia.

A convivência entre o passado histórico e a modernidade das instalações da universidade é extremamente harmoniosa, sendo que, para o visitante, o contraste entre o moderno e o antigo, o arrojado e o tradicional, cria uma situação peculiar.

Sob o ponto de vista de atrativo turístico, a Fazenda Lageado é, reconhecidamente, o maior parque público aberto à população de uma vasta região que ultrapassa as fronteiras do município de Botucatu, sendo também constantemente visitada por turistas estrangeiros. Atualmente os visitantes podem caminhar, fotografar e registrar o conjunto de edifícios históricos e locais bucólicos e aprazíveis, próprios para o relaxamento e a meditação. Porém, a Fazenda Lageado esconde outros atrativos arquitetônicos, históricos e que devem ser resgatados e apresentados aos visitantes.

Pardinho: música de raiz, cavalgada e aventura

Quando se entra em Pardinho, a primeira impressão é de calma e tranquilidade absoluta. A cidade preserva aquele jeitinho que inspirou muitos a saírem da cidade grande para buscarem a paz do Interior. E não poderia ser diferente, já que, entre as principais atrações do município, estão a tradicional Cavalgada do Ferreirinha, que reuniu 800 cavaleiros em sua última edição, e o Festival de Música de Raiz de Pardinho (Fesmurp), quando a população da cidade triplica, para ouvir o que há de melhor na música de raiz.

Mas engana-se quem pensa que as atrações são apenas as festas tradicionais. Pardinho se notabiliza por ter uma rota de cachoeiras que atrai diversos visitantes, adeptos do ecoturismo e dos esportes radicais.

Algumas cachoeiras chegam a atingir 70 metros de altura, e são perfeitas para a prática de canyoning, rapel, tirolesa e trekking, além do mergulho nas águas das nascentes. O turismo nesta região propicia uma verdadeira volta ao passado, já que ali se encontram rochas com mais de 200 milhões de anos.

Para os menos aventureiros, há sempre a comodidade de hotéis fazenda, que possuem atrações para a família toda, oferecendo aos turistas a vida no campo, através de atividades esportivas, turismo rural e educacional.

Localizada a uma altitude de 975 metros, é favorecida pelo clima ameno e saudável da serra, possuindo 11 nascentes e paisagens exuberantes. Conta com um acervo de histórias, lendas, estudos ecológicos e muito misticismo. Entre eles: o Caminho do Peabiru, formações vulcânicas, Aquífero Botucatu - maior lençol subterrâneo de água potável do planeta – e a famosa criação de sacis. (MS)

Como Chegar

- A região do Pólo Cuesta está localizada a 69 quilômetros de Bauru (distância entre Bauru e São Manuel) e a 183 quilômetros de São Paulo (distância da capital a Bofete). A região tem como acesso as principais rodovias do Estado:
- Rodovia Castello Branco (SP 280): Bofete (km 183), Pardinho (km 193), Botucatu (km 210), Itatinga (km 216), São Manuel e Pratânia (km 241).
- Rodovia Marechal Rondon (SP 300): Conchas (km 193), Anhembi (km 224), Botucatu (km 249), São Manuel e Pratânia (km 271) e Areiópolis (km 283).
- Rodovia Raposo Tavares (SP 270): Paranapanema (km 245) ou por Itatinga (Balsa).

Onde Ficar

Para saber informações sobre a rede hoteleira da região, entre em contato com o Pólo Cuesta pelo telefone (14) 3882-1315 ou acesse o site www.polocuesta.com.br.

Mais informações sobre hospedagem, passeios e roteiros:

Pólo Cuesta: (14) 3882-1315.

Botucatur Turismo: (14) 6822-5001.

Saty Turismo: (14) 3796-3177.

Cuestatur Viagens e Turismo: (14) 3886-1418.

Primar Navegação e Turismo: (14) 3815-3177.

Tribo Cuesta: (14) 9798-2218.

Comando Morcego: (14) 3841-1661.

Aranhas Turismo de Aventura: (14) 9718-2945.

Parceria

O Pólo Cuesta é uma parceria entre dez cidades do Centro Oeste Paulista, unidas com o objetivo de desenvolver o turismo regional de forma sustentável, promovendo, preservando e resgatando suas riquezas naturais, culturais, históricas e arquitetônicas.

A região é adornada pela Cuesta, cenário exótico, de clima agradável, que revela formações rochosas de rara beleza. Ideal para as práticas de esportes de aventura, ecoturismo, lazer rural e turismo da melhor idade.

Fazem parte do Pólo Cuesta os municípios de Anhembí, Areiópolis, Bofete, Botucatu, Conchas, Itatinga, Paranapanema, Pardinho, Pratânia e São Manuel. Estes municípios agregam hoje aproximadamente 300 mil habitantes. (MS)

Marcelo de Souza

Terça-feira, 9 de outubro de 2007

ANEXO 11: Além de experts, verdadeiros apaixonados (G)

Faça como os checos, os maiores aficionados do mundo: prove todas
Ana Carolina Sacoman - O Estado de S.Paulo

Quando o assunto é cerveja, os checos são mais do que especialistas. São uns apaixonados. E os maiores consumidores do mundo: 157 litros per capita por ano - os brasileiros ficam a anos-luz nessa estatística, com modestos 47 litros por cabeça. Por isso, uma visita à República Checa deve, obrigatoriamente, incluir uma esticada até uma cervejaria, tour recomendado até mesmo para aqueles que não gostam muito da bebida.

Se puder, vá a Pilsen, cidade que dá nome à variedade, a uma hora de Praga. Lá, a grande atração é a fábrica da Pilsner Urquell, no mesmo lugar desde 1840, quando foi construída. Parada para um pouco de história.

A companhia nasceu da insatisfação do cidadão Vaclav Mirwald com a qualidade da cerveja produzida de forma artesanal e individual na cidade. Com o apoio de 10 dos 250 mestres cervejeiros de Pilsen, Mirwald iniciou a construção da fábrica, e a produção começou já em 1842.

Para a primeira leva da bebida, foi chamado o jovem mestre cervejeiro Josef Groll, que já havia operado alguns milagres no centro da Europa. E não é que ele mais uma vez transformou malte, lúpulo e levedo numa bebida extraordinária, dourada e encorpada?

Em 1843, essa delícia passou a ser vendida em Praga - a cervejaria U Pinkasu, perto da Praça Venceslau, foi uma das primeiras a comercializar o desconhecido produto, o que faz até hoje. Em 1856, a Pilsner já chegava a 35 pubs de Praga e, a partir daí, começaram as exportações para Viena, na Áustria.

Menos de 20 anos depois, em 1873, a marca atravessava oceanos e era exportada para os Estados Unidos - e olha que somente em 1887 começaram a engarrafar o produto que, até então, era vendido em barris.

O ano de 1913 marca o auge da fábrica, com 1 milhão de hectolitros produzidos. Um espanto para a época. Mas, aí, vieram a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais, a tomada do poder pelos comunistas e confusão de sobra.

A produção só iria se recuperar novamente em meados dos anos 90.

NOVO E ANTIGO

Hoje, são produzidos ali 175 milhões de hectolitros de 200 marcas de cerveja por ano - é considerada a maior cervejaria da Europa Central. Dizem que, a cada segundo, um checo entorna uma cerveja produzida ali. A fábrica foi comprada pela SAB Miller, que comercializa seus produtos em 60 países de 5 continentes.

Depois de conhecer um pouco de história, o turista, então, visita a moderna fábrica de latas e garrafas, que deve ser ampliada em breve. Dali, segue para a parte antiga da fábrica, onde há quadros explicativos com todo o trabalhoso processo de fabricação. Um hall da fama mostra, em destaque, a foto de Josef Groll, aquele que fez milagre. O tour segue pelas antigas caves, onde a bebida era preservada a 5 graus negativos - eram 9 quilômetros de corredores subterrâneos. Hoje, somente uma parte está aberta para visitaçao.

Ali, para encerrar o roteiro, que dura uma hora e meia, o visitante tem a oportunidade de provar a Pilsner Urquell direto do barril. Uma delícia.

HORA DO ALMOÇO

Das caves, o visitante segue para o almoço no pub Na Spilce, dentro da fábrica, localizado numa das antigas caves de fermentação. No menu, goulash, bife com cream sauce e molho de frutas vermelhas, porco assado ou peito de peru. Comida tradicional, simples e bem pesada. De sobremesa, minitortas de frutas. As bebidas não estão incluídas no preço do pacote.

Na saída do pub fica a loja de fábrica. Perfeita para comprar tudo o que couber na mala, pois os preços são um pouquinho melhores do que os encontrados em supermercados e há, claro, artigos exclusivos.

O tour pela fábrica da Pilsner continua no Museu da Cerveja, localizado num prédio medieval no centro de Pilsen. Ali, é possível ver como era a produção em 1842, quando a fábrica foi inaugurada, e os instrumentos usados na época. Nada muito interessante, mas como faz parte do roteiro...

No fim, o visitante ganha uma moeda, o token, que pode trocar por uma caneca de cerveja no pub Na Parkáne, localizado dentro do museu. O token era muito usado nas cervejarias, na segunda metade do século 19 e no começo do século 20. Eram distribuídos entre os trabalhadores durante o dia, valiam meio litro, e eles podiam usá-lo durante o expediente mesmo, para se refrescar. Nada mal, não?

Os tours começam às 12h30 e às 14 horas; reservas: (00-- 420-37) 706-2888. A partir de Praga, com transporte, custa 79 (R\$ 204)

Viagem a convite do Escritório de Turismo da República Checa

BRINDE

GLOBALIZADO

| | | | | |
|-----------------|---------|----------|----------|-----------------|
| Alemanha: | | Ein | | prosit! |
| China | e | Taiwan: | Kan | pei! |
| Espanha: | | | | Salud! |
| Esperanto: | | | | Sanon! |
| França: | | | | Santé! |
| Grécia: | | Giasu! | | (""iassu"") |
| Holanda | e | | Bélgica: | Gezondheid! |
| Hungria: | | | | Egészségedre! |
| Ilha | de | Páscoa: | Ka | Unu! |
| Inglaterra | | | EUA: | Cheers! |
| Israel: | | Lechain! | | (""lerraim"") |
| Itália: | Salute! | ou | cin | cin! |
| Japão: | Kampai! | | ou | banzai! |
| Polônia: | Na | zdrowie! | | (""nasdróvia"") |
| República | Checa: | | Na | zdraví! |
| Rússia: | | Na | | zdarozie! |
| Tahiti: Manuia! | | | | |

12/04/2007 - Turismo

ANEXO 12: Patagônia: O lugar mais lindo do planeta é onde o vento faz a curva (H)

Muitos aventureiros e navegadores elegeram o Sul do Chile como o “lugar mais lindo do planeta”. E não é para menos. O Parque Nacional Torres Del Paine, por exemplo, distante 130 quilômetros de Puerto Natales por estrada de terra, é mesmo um lugar mágico, cercado por lendas e mitos, que vem atraindo mais de 50 mil pessoas por ano em busca de cenas únicas.

Montanhas imensas cobertas de gelo, pumas e condores avançando sobre guanacos (uma espécie de lhama) e zorros (pequenas raposas) cruzando a estrada, sem medo do frio, são apenas algumas surpresas que virão pela frente.

Por mais medroso que se seja ou mesmo que bata aquela angústia de ter deixado a família no Brasil, a viagem traz uma paz infinita. Como se estivessemos a um passo do céu, com o infinito azul se fundindo entre os picos imensos, nevados, da Cordilheira dos Andes, que é magnífica.

Na primavera, no outono, no verão ou no inverno, o céu chama atenção na Patagônia, por seu azul infinito. Quase não há nuvens atrapalhando o espetáculo. Cena perfeita para emoldurar os campos e os maciços andinos que convidam à liberdade, reflexão e exploração.

O vento também ocupa capítulo à parte. Venta muito em todas as estações, com os picos ocorrendo na primavera, quando ultrapassam mais de 100 quilômetros por hora, tornando até mesmo a caminhada difícil. Por isso a necessidade de uma base de suporte, como o Remota ou outra pousada mais simples, que serve de abrigo quando ele sopra cortante e nos faz perder o equilíbrio.

Como turismo é coisa levada a sério no Chile, vá, de preferência, com guias especializados que conhecem palmo a palmo daquele chão e estão sempre a postos para qualquer eventualidade. Falando nela, é bom saber que de Punta Arenas a Puerto Natales, além do simpático Ruben, somente será encontrado na estrada um único posto de combustível e uma base da polícia rodoviária.

No inverno que começa agora em junho, os guardas mais parecem estar na Sibéria, por conta do vento, do frio e da neve, usando uniformes como na Sibéria, com proteção de orelha e casacos pesados.

Eliane Barbosa

12/04/2007 - Turismo

ANEXO 13: Patagônia: Mistérios e belezas do ‘fim do mundo’ (H)

Viajar para o lugar mais austral do mundo é um sonho mais que possível. As operadoras de turismo e as companhias aéreas facilitam a viagem por entre geleiras, parques e uma fauna exuberante, onde destacam-se condores, guanacos, leões marinhos e graciosos pingüins.

Tudo começa no Aeroporto Internacional de Guarulhos (Cumbica), de onde decola o vôo da LAN rumo a Santiago, no Chile. Geralmente, por conta da distância, a recomendação dos guias é de um pernoite na elegante Capital chilena (caso contrário a viagem pode se estender por mais de 12 horas).

Parada estratégica para se conhecer a noite da rua Suécia (um agito só), o charme do Hotel Hyatt Regence ou mesmo partir para um tour gastronômico que inclui salmão e congrio (os peixes mais disputados por lá), acompanhados, claro, dos melhores vinhos chilenos.

No dia seguinte, do Aeroporto Benito Merinez, partem os vôos para o Sul do Chile – mais quatro horas de vôo - com duas a três paradas, dependendo da rota: Concepcion, Puerto Montt e Puerto Varas, até o destino final do aéreo: Punta Arenas, cidade charmosa e de porte médio, de onde a viagem prossegue ou para Puerto Natales, portão de entrada do Parque Nacional Torre del Paine; ou seguindo mais para o Sul, rumo à Terra do Fogo, Ushuaia e a Antartica; ou para a Ilha de Madalena, localizada no Estreito de Magalhães, pertinho de Punta Arenas, onde uma infinidade de pingüins aguardam ansiosos os visitantes.

Uma aventura que refaz a rota seguida por grandes exploradores do passado, como Fernando de Magalhães. A beleza extraordinária das grandes geleiras, as praias lotadas de pingüins e o conforto dos hotéis fazem com que a cada ano um número crescente de turistas procure e se apaixone pela terra do fim do mundo.

Esta é a melhor época para quem quer conhecer a Patagônia, por não estar ainda tão frio, o que facilita o acesso às geleiras.

A viagem entre Punta Arenas e Puerto Natales é linda. Demora mais de quatro horas (no inverno, por conta da neve, pode durar mais, de cinco a cinco horas e meia) e é intercalada com um mar sem fim de planícies, que servem de abrigo para inúmeras ovelhas e o gado típico patagônico, que se difere do nosso pelo pêlo grosso e as patas curtas e grossas.

A relva amarela e as árvores com folhas multicoloridas, tendo como pano de fundo a imponente Cordilheira dos Andes, em breve darão lugar ao gelo – entre maio e agosto a região fica coberta pela neve. No caminho há apenas uma parada (restaurante hospedaria), o Ruben, embora a Carretera Austral, a rodovia que liga o Chile de ponta a ponta, seja perfeita.

Hora para se comer um imenso “chacarero”, uma espécie de hamburgão, esquentar o esqueleto e seguir adiante por mais duas horas, até a entrada do Parque Nacional Torre del Paine, que abriga as famosas “Torres del Paine”, maciços de pedra que reproduzem as cores do arco-íris, dependendo da época do ano e a incidência do sol.

Muitos bauruenses já fizeram esse trecho e voltaram contando maravilhas. Casos da família Estevam e dos médicos Antônio Carlos Telles Nunes e Sebastião Benetti, que a bordo de suas 4x4 enfrentaram vários desafios para ver bem de perto onde “o vento faz a curva”.

* Com informações do livro “Chile”, de Pablo Valenzuela Vaillant.
Eliane Barbosa*

12/04/2007 - Turismo

ANEXO 14: Localização (H)

A Patagônia chilena pertence à 12^a Região Administrativa do Chile. Território de contrastes e grandes belezas, que oferece total infra-estrutura aos visitantes. Seja na Carretera Austral, que mais parece um tapete, como nas estradas de ripio, por entre parques e cidades, seja nos lagos que banham a região.

Hotéis premiados estão por todo canto, assim como pousadas charmosas, com calefação e comida caseira, quentinha. Entre os tops, destaque para o recém-inaugurado Remota, em Puerto Natales, projetado para em nada ferir o meio ambiente.

Um lugar mais que indicado para quem quer passar uma temporada por lá sabendo que depois das incursões a mordomia será total. Passeios é que não faltam por Puerto Natales, Coihaique, Laguna San Rafael, Balmaceda, Torres del Paine, Punta Arenas, entre outros.

Na Patagônia, circuitos para trekking se somam aos passeios entre fiordes, lagos e lagunas de cor azul turquesa e glaciares imponentes, que recebem quem tem espírito aventureiro. Cavalgadas, trekking e escaladas incluindo roteiros rumo a Antártica não faltam, sendo oferecidos por operadoras de turismo sérias.

• Serviço

A LAN é a única companhia aérea que voa para Punta Arenas, com escalas em Puerto Montt, no Chile. Informações no site www.lan.com.

Hospedagem em Puerto Natales: www.remota.cl

Cruzeiros: www.skorpionscruises.cl

Eliane Barbosa

12/04/2007 - Turismo

ANEXO 15: Natureza virgem e o tempo (H)

A natureza permanece virgem na Patagônia, terra de pioneiros e extintas civilizações. Ela apresenta quatro estações bem características, mas as oscilações ao dia podem ser sentidas seja no inverno ou no verão. No inverno há poucas horas de sol. Ele nasce somente por volta das 9h e se põe às 17h. Quem gosta de muita neve, queijo, vinho e uma lareira aconchegante, deve ir entre junho e setembro.

Os animais nascem na primavera e no verão, quando a luminosidade é total, há menos frio, mas venta muito – mais de 100 km por hora. O outono, ou seja, agora, é apontado como a melhor época para se visitar o Sul do Chile, desbravando suas infinitas belezas.

Condores, guanacos e zorros ocupam os parques, enquanto os pingüins são os anfitriões junto ao mar. Eles são encontrados aos montes em Puerto Natales e na Ilha madalena, no Estreito de Magalhães. Donos do pedaço, pousam para fotos, mas nem sempre querem ser incomodados. Por isso, não arrisque num ataque de mau humor.

Na ilha, os turistas devem se manter na trilha demarcada pelos guias para não importuná-los. O caminho indica o farol da ilha, de onde a vista é panorâmica. Nesse santuário ecológico as aves se reproduzem, vindas da Antártida em meados de setembro. Formam casais que são companheiros para o resto da vida, acasalando-se e botando um ou dois ovos em outubro.

Os filhotinhos desengonçados com aquele andar característico nascem depois de 40 dias, primeiro com plumagem cinza. Com um mês de vida, já têm o tamanho e o peso de um adulto: em torno de 70 centímetros de altura e de dois a quatro quilos.

No verão, em fevereiro, crescidos, eles partem para a Antártida, sozinhos. Seus pais, continuam na região por mais dois a três meses, se alimentando e conseguindo forças para nova empreitada, de retorno, a Antártida.

Uma das melhores maneiras de se explorar a região é a bordo dos cruzeiros oferecidos pela Skorpios Cruises. Modernas embarcações levam os turistas a expedições incríveis no extremo Sul do continente, fazendo com que refaçam as façanhas do grande navegador português Fernão de Magalhães, que descobriu em 1520 a ligação entre o Atlântico e o Pacífico.

A viagem é realizada pelo Skorpios III, que zarpa de Puerto Natales e percorre imensos glaciais, ilhas isoladas e baías, indo, dependendo do agendado, além do Estreito de Magalhães, o Canal Beagle, o Cabo Hornos e o Seno Última Esperança. Geralmente as

viagens duram entre três a quatro noites, com paradas para fotos e a descoberta de pontos de apoio.

Eliane Barbosa

12/04/2007 - Turismo

ANEXO 16: Navegar é preciso (H)

Os navios que fazem cruzeiros pela Patagônia oferecem roteiros por lugares pouco explorados

Os cruzeiros pela “terra australis” têm duração média de oito dias. Período suficiente para se conhecer lugares e cidades charmosas do extremo Sul do Chile, como Puerto Varas, Puerto Natales, Punta Arenas e até mesmo Ushuaia, esta já no lado argentino.

A rota inclui rios, lagos e lagunas, como o rio Paine, o Grand River e o lago Grey, de onde são retiradas pedras de gelo para o uísque dos passageiros, sempre encapotados por conta do frio que em alguns meses pode descer muito além do 0°C.

A história da Patagônia começa a ser contada por volta de 1520, quando o escriba da expedição de Fernão de Magalhães, Antonio Pigafetta, narrou a região dos “homens de pés grandes”. Na verdade, esses índios não eram tão grandes assim, mas para os padrões espanhóis da época – os homens tinham no máximo 1,60 m – chegavam a surpreender por atingir 1,80 m de altura.

Por conta do frio intenso na maior parte do ano, esses primeiros habitantes costumavam manter fogueiras acesas, inclusive dentro dos barcos, para se aquecer. Daí o nome “Terra do Fogo”, área de várias tribos: os anokenks ou tehuelches (moradores do Norte), selknam ou onas (que viviam nus e se agasalhavam apenas com a pele de guanacos), os kawéskar ou alcaluyfes e os yámanas (do Sul), que viviam da caça de lobos-marinhos, pingüins e baleias.

Desses, os primeiros ainda têm descendentes morando em uma pequena aldeia, entre as cidades de Puerto Natales e Punta Arenas, que pode ser visitada pelos passageiros do navio Skorpions III. Aos poucos a população indígena foi diminuindo, dando lugar às povoações de colonos europeus, que muito depois do naturalista britânico Charles Darwin, o criador da teoria da evolução das espécies, se fixaram em Punta Arenas e imediações.

O contato com o homem branco foi trágico para os nativos, que contraíram várias doenças e se tornaram alcoólatras. Retirados de seu “habitat”, onde se esquentavam apenas com as peles dos animais e com o óleo retirado do lobo-marinho, os indígenas acabaram invadindo fazendas para “caçar” ovelhas trazidas da Europa, e foram dizimados pelos colonizadores.

Com o passar do tempo, as fazendas de gado e de ovelhas foram aumentando, dando lugar à fundação das cidades que, hoje, contam com total infra-estrutura. Punta Arenas, por exemplo, é a maior da Patagônia, servindo de base para os habitantes de todo o Parque Torres Del Paine e de ponto de apoio comercial, institucional, alfandegário e universitário, para moradores de Puerto Natales e vilas próximas.

Punta Arenas tem mais de 100 mil habitantes e é o principal centro urbano da região. A cidade permite o tráfego de barcos de grande tonelagem através do estreito de Magalhães e é o principal porto aéreo e marítimo das expedições à Antártida.

A partir dela, são organizados numerosos passeios aos arredores e os amantes do montanhismo, das cavalgadas e do esqui podem colocar em prática suas habilidades. O centro de esqui Cerro Mirador, situado na reserva Nacional Magalhães, conta com mais de dez pistas e a alta temporada vai de junho a meados de setembro.

Já a Ilha de Madalena pode ser atingida também a partir de Punta Arenas, navegando pelo Estreito de Magalhães. Há empresas locais que oferecem o passeio com duração de cinco horas, em média. Lá, os turistas podem observar grandes agrupamentos de aves, com destaque para os pingüins patagônicos. Eles chegam a atingir 200 mil exemplares, colocando seus ovos em covas seguras (não chegue perto que eles podem atacar para defender seu ninho).

A excursão inclui visita ao farol (monumento nacional), de onde se tem uma vista panorâmica da ilha. Dentro dele, funciona o Centro de Interpretação Ambiental, que descreve, por meio de painéis, a história da navegação no estreito, a colonização da região e a fauna e a flora do lugar.

A região de Punta Arenas, Puerto Natales e do estreito de Magalhães é constituída por imensas montanhas de granito em um processo de milhares de anos e por glaciares que formam fiordes (lagos e lagunas) de águas azuis.

A gastronomia do Sul do Chile é baseada em pescados e mariscos. Existe uma grande variedade de produtos do mar que podem ser saboreados frescos. São famosos por lá as cholgas, as almejas e os chorros, mariscos gigantes se comparados aos encontrados na costa brasileira.

Entre os crustáceos destaque para o loco e o piure, que são servidos cozidos em suas conchas. Come-se muito congrio rosa, truta e salmão. Geralmente, o pescado é servido grelhado na manteiga.

Além dos frutos do mar e dos pescados, na Patagônia são servidos outros pratos típicos, como assados de cordeiro e o curanto, uma mistura de mexilhões, moluscos e outros peixes, cozidos com carnes de vaca, porco e lingüiça. Delícias que nos cruzeiros são oferecidos com luxo e requinte.

Eliane Barbosa

15/03/2007 - Turismo

ANEXO 17: Alambiques e o café de Cristina (I)

Por onde quer que se ande em Minas Gerais, encontram-se alambiques. O circuito da cachaça pode começar por Belo Horizonte – procure o escritório de turismo de lá para se informar – ou por qualquer outro canto dessa terra de encantos.

Por Coronel Xavier Chaves, por exemplo, distante apenas 20 km de São João del Rey, onde funciona o Engenho Boa Vista (32 – 3357-1238), um alambique do século 18 tocado por Rubinho, descendente direto de Tiradentes.

Lugar especial para boas fotos, incluindo da roda d'água, usada para moer a cana, e dos tonéis, usados para o envelhecimento da “branquinha” (a diferença da cachaça e da pinga reside no fato de a primeira ser destilada da borra do açúcar e da pinga ser destilada do caldo de cana).

Em outra região mineira, essa já bem próxima ao Circuito das Águas (as estâncias hidrominerais de Caxambu e São Lourenço), fica a graciosa e pequena Cristina, cujo nome, como Marília, em São Paulo, serviu para batizar muitas meninas filhas de gente de lá.

Essa pacata cidade do Sul de Minas está famosa mundialmente por conta da produção de um café especial, o premium. Segundo Rusty Marcellini, escritor, cineasta e fotógrafo, autor de “Caminhos do Sabor – Estrada Real”, “apesar de ser mais caro que o café comum, sua demanda tem aumentado consideravelmente”.

O Café Cristina Colina da Pedra pode ser comprado e degustado na Pousada Casarão dos Noronha Kauage (www.pousadakauage.com.br, telefone 35 – 3281-1205).

Eliane Barbosa

06/09/2007 - Turismo

ANEXO 18: Timburi: De onde se avista o Paraná (J)

Junto com Avaré, Piraju e Chavantes, cidade é banhada pelas águas despoluídas do rio Paranapanema

Apenas 32 quilômetros separam Piraju de Timburi, a cidade limítrofe do Estado de São Paulo, às margens de dois rios caudalosos: o Paranapanema e o Itararé.

Por conta de tanta água, a pequena, simpática e agradável Timburi sediou no final de semana passado um dos campeonatos de natação mais importantes da América Latina, reunindo mais de 120 atletas: a Maratona Aquática Paulista de Águas Abertas.

Orgulho para seu povo, que há poucos dias também bailou ao som de Cézár e Paulinho na 39ª Fespinga, a Festa da Pinga, que conta com participação maciça do povo de toda a região. Com direito a rainha da festa, baile, comilança, doses etílicas e rodeio a cargo de Waltinho dos Santos.

Rogério Minozzi Correa, o eficiente coordenador de Turismo de Timburi, detalha que Timburi, chamada de “Janela do Poente”, conta com 3.000 habitantes e está a 800 metros de altitude em relação ao nível do mar. Possui clima tropical com temperaturas médias de 25°C e sua economia se destaca pela agricultura e pecuária, tendo uma grande vocação turística graças às suas peculiares características geográficas.

“Está entre os dois mais importantes rios do Estado de São Paulo, Paranapanema e Itararé”, diz Correa, que lembra que o município conta com fazendas fantásticas, elevações rochosas, cânions e reservas naturais preservadas.

Timburi é nome de uma árvore, ainda presente em toda a cidade. Os índios utilizavam sua madeira para fabricação de canoas e hoje suas sementes se prestam à produção de artesanato.

“Nosso público-alvo é da microrregião. Turistas que nos procuram pela facilidade de acesso, simpatia da população e pelas belezas naturais”, define o coordenador.

Gente que sabe que Timburi oferece passeios de barco, as mais variadas trilhas, visitas a monumentos históricos, pesca esportiva, roteiros por fazendas históricas e muitos eventos turísticos.

O município limita-se ao norte com Chavantes e Ipaussu, ao sul com o município de Fatura, ao leste com Sarutaiá e Piraju, a oeste com Ribeirão Claro (Paraná).

Como se vê, Timburi é rica em história, cultura e hidrografia. Além dos rios Itararé e Paranapanema, que lhes servem de divisa, existem 12 córregos permanentes e dois ribeirões que atravessam suas terras.

“Timburi conta hoje com 165 propriedades rurais, quatro pequenas indústrias no setor extrativo e de transformação e 23 estabelecimentos comerciais”, detalha Corrêa, lembrando da importância que a cultura do café sempre exerceu na região.

Hoje, o café e a pecuária continuam sendo as principais atividades econômicas da cidade, com uma pequena contribuição de outros produtos agrícolas e do turismo, que vem se despontando.

O camping e a represa

O camping do Redondo, de Timburi, é famoso, bem-estruturado e convidativo. Especial para abrigar gente de todas as idades, incluindo famílias inteiras em busca de tranquilidade em torno das águas despoluídas dos rios, cachoeiras com 20 metros de altura e da monumental represa de Chavantes.

Inaugurada em 1970, no Paranapanema, para gerar 414 megawatts de energia, a barragem formou um enorme lago que delimita agora a divisa. Trouxe energia, progresso, incremento do turismo e lazer, incluindo a pesca profissional e esportiva.

Fazendo surgir campings à beira d'água, pousadas em “ilhas”, escarpas, colinas íngremes e espigões – combinação entre a região montanhosa e a represa profunda (da linha máxima de água, no alto da barragem, ao ponto da jusante há uma diferença de 74 metros).

A igreja e o guia

O povo timburiense é amável com os turistas, tornando sempre presente o convite para a exploração de seus pontos pitorescos, que podem ser indicados pelo guia Tarcísio Ambiel, de 82 anos, que faz as honras da casa.

Ex-funcionário do Departamento de Saúde da cidade, amante da natureza, ex-atleta profissional, Ambiel, de ascendência suíça, não demonstra a idade. Parece ter 20 anos a menos, resultado de uma vida regrada, muita pesca, contato com a natureza e caminhadas diárias.

O encontramos no camping, um de seus lugares prediletos, em companhia de familiares. Mostrou o rio, contou histórias da cidade, detalhou as pousadas – são duas na cidade –, curiosidades da igreja local, das casas-flutuantes (há várias na região).

A Igreja da Santa Cruz, um dos cartões postais de Timburi, foi construída de grande blocos de pedra, com precárias condições técnicas. As suas formas são de uma singeleza tocante. A pia batismal é uma verdadeira obra de arte, feita de um único bloco de pedra.

“O construtor da igreja foi o primeiro vigário, o padre Bento Gonçalves Queirós, que, aliás, fez também o relevante trabalho de deixar escrito para a posteridade a formação histórica de Timburi. O jazigo do padre, já falecido, encontra-se sob a escadaria da entrada”, explica. Lugar muito reverenciado pelos fiéis.

Eliane Barbosa

15/11/2007 Jornal da Cidade

ANEXO 19: Porto de Galinhas (K)

A famosa e badalada praia do Nordeste continua na preferência dos turistas brasileiros

Não deu outra. Mais uma vez o prêmio de melhor praia do Brasil, concurso realizado pela revista Viagem & Turismo, se curvou às belezas de Porto de Galinhas, balneário pernambucano que reúne piscinas naturais, excelente infra-estrutura e águas mornas o ano todo.

Com resorts, pousadas e restaurantes para todos os gostos e bolsos, Porto de Galinhas faz jus ao título. Por quê?

Ora. Basta acordar com os primeiros raios do sol e caminhar pela areia branca, macia, para dar nota dez. Certeza de que a paz invadiu o seu coração. Um lugar que oferece o que todos os turistas desejam durante as férias: sossego total durante o dia e agitação, à noite.

Suas piscinas naturais de águas claras, verdes e sempre quentinhas cercadas de arrecifes já dão uma noção do que vem para frente. E tudo está apenas começando com um café da manhã regado a tapioca, sucos das mais variadas frutas tropicais, queijo coalho e a brisa gostosa soprando do mar.

Ingredientes que a fizeram a campeã na preferência não só dos brasileiros, mas de italianos, portugueses e alemães que a escolheram como a grande pedida em solo tupiniquim.

Esta é a sétima vez consecutiva que Porto de Galinhas vence o prêmio realizado pela revista e validado com a participação de internautas. Se o ditado popular diz que um é pouco, dois é bom e três é demais... imagine o que é ganhar pela sétima vez.

Dias de sol...

Desde a primeira edição do prêmio, mais de 200 mil pessoas votaram nos “mais-mais” do setor. De acordo com o chefe de redação da publicação, Kiko Nogueira, para a categoria Melhor Praia são avaliados critérios como infra-estrutura, beleza, acessibilidade e atrativos. “Os internautas dão notas e elegem aquela que é a queridinha para os dias de sol. Porto de Galinhas está no coração do brasileiro não só por ter a água quentinha como também pelo jeito acolhedor dos ipojucanos”.

O jornalista também credita o sucesso da praia pela constante evolução e investimentos. “A praia tem se renovado com centro revitalizado, novos resorts à beira-mar e o trabalho de fortalecimento do turismo cultural ao sediar eventos como a Fliporto”.

Para o prefeito Pedro Serafim, que recebeu a placa comemorativa do título, o que tem motivado o turista a escolher por tantas vezes o balneário é a forma como a gestão municipal e o trade turístico tem cuidado do destino. “Temos investido muito em qualidade, seja em infra-estrutura ou capacitações de mão-de-obra. Estamos evoluindo sem esquecer o respeito à ecologia, tão importante em nosso destino”.

Perto de Recife

Se não bastassem todos os seus atrativos, Porto de Galinhas tem outro diferencial. Fica próximo de Recife, a espelhada Capital pernambucana, banhada pelo mar e pelos famosos rios Capibaribe e Beberibe. É fácil chegar até lá sem pesar no orçamento de nenhum turista. De carro, após a BR-101 Sul, é só entrar na rodovia Estadual PE-60 para pegar a PE-28, estrada que dá acesso ao balneário.

Cooperativas de táxis também levam ao destino, saindo do Aeroporto Internacional dos Guararapes. O preço médio (quatro pessoas), varia entre R\$ 100,00 e R\$ 120,00. Há também serviços de traslados de Recife para Porto de Galinhas (transfer) com preços fixados em R\$ 40,00 por pessoa (ida ou de volta). Informações podem ser obtidas na Luck Viagens (www.luckviagens.com.br), telefone (81) 3302-3280 e (81) 3302-3464. As diárias de aluguel de carros (popular) tem valor médio de R\$ 60,00 (www.abla.com.br) e para quem prefere ônibus, a dica é procurar a empresa responsável, a Cruzeiro, telefone (81) 2101-9000.

Os ônibus partem do Recife a cada 30 minutos, das 5h45 às 21h45, cobrando como tarifa, R\$ 5,45.

Porto de Galinhas possui mais de 50 pousadas, além de charmosos hotéis, opções de camping e albergues para estudantes.

O ideal é fazer uma pesquisa de preços no site www.portodegalinhas.com.br para verificar contatos dos meios de hospedagem e checar disponibilidade de reservas. Outra dica é entrar em contato com o Centro de Informações Turísticas do balneário, que dispõe de contatos de diversos meios de hospedagem e prestadores de serviços em geral. Centro de Informações Turísticas: (81) 3552-1728.

Entre peixes e cavalos marinhos

Chegando em Porto, o difícil é querer voltar. A praia e suas vizinhas – Maracaípe, Cupe, Muro Alto, Cacimbas, Toquinho, entre outras, além do sossego diurno e da badalação noturna, oferecem diversos esportes náuticos e exibem uma fauna deslumbrante, dentro ou fora do mar.

Tem as piscinas naturais mais famosas do País, é referência em turismo de lazer e ecoturismo e ainda desponta como um dos locais ideais para a prática de mergulho.

Detém uma infra-estrutura completa e digna de cidades de grande porte. É pólo dos melhores resorts do estado e um convite ao prazer.

A preferência nacional e até internacional a coloca em um dos cinco mais procurados destinos brasileiros principalmente no verão. É quando as areias fervem e as ruas da vila ficam cheias, mas tudo isso deixa ainda mais viva a pequena vila de Porto de Galinhas.

As piscinas naturais – com peixinhos e cavalos marinho – ficam muito próximas da costa. A menos de cinco minutos o visitante tem contato com as águas cristalinas mornas (média de 28° C), um convite para se fotografar cardumes de peixinhos coloridos. Basta pegar uma jangada bem no centro da vila para visitar seus aquários naturais que se formam nos bancos de corais.

A região oferece mais de 18 km de praias de areia branca e batida com águas transparentes e mornas repleta de coqueiros e afastadas do burburinho urbano, apesar de sua curta distância de Recife.

De “bugre” pelos arredores

O povo é hospitaleiro em Porto de Galinhas. Por isso, não se avexe de pedir seu conselho para incursões pela região. Tudo é muito bonito, perfeito para dias e dias de completa paz.

Uma dica para quem quer desvendar os encantos de Ipojuca: alugue um “buggy” ou bugre como geralmente é chamado no Nordeste. Certeza de que o passeio será estendido a outras praias que formam o balneário, entre elas Gamboa, Muro Alto, Serrambi, Cupe e Maracaípe – as duas últimas as preferidas dos surfistas.

Em cada parada não deixe de caminhar pelas ruas mais afastadas, longe da muvuca, onde ficam charmosas pousadas e casas cinematográficas. Depois é só curtir as vilas, provando de sua rica e saborosa gastronomia e esperar que o astro rei dê adeus ao dia. Sinal de que a farra vai começar.

Porto e suas vizinhas oferecem uma programação variada que inclui música ao vivo em ritmos variados. Nos bares, nos restaurantes e nas casas noturnas há, sempre, lugar para quem quer dançar juntinho, ouvir música ou curtir um forró até o sol, novamente, raiar.

Artesanato e as galinhas

Tudo é muito organizado em Porto, que conta com uma eficiente e bem-estruturada associação comercial. Por isso, até mesmo o comércio local é atração à parte. Há lojas para todos os gostos e bolsos, oferecendo desde grifes de moda de praia a peças de artesanato. Basta ir caminhando por suas simpáticas e lindas ruelas para se deparar com plaquinhas e peças da galinácea símbolo do local por todo lado. Coloridas e sempre alegres, elas são soberanas até mesmo nos telefones públicos.

Porto incorporou o apelido que ganhou na época da abolição, quando ainda era chamada Porto Rico e recebia navios negreiros contrabandistas. Contam os historiadores que no século 16, após o descobrimento e início da colonização do Brasil pelos portugueses, a região foi muito utilizada para extração e embarque de pau-brasil para Portugal por suas características físicas de um porto natural.

No século 18 foi a responsável pela produção e exportação de açúcar para a Europa gerando o nome: Porto Rico.

Durante o período do tráfico de escravos, especialmente a partir de 1850, quando essa atividade foi proibida, “Porto Rico” passou a ser utilizada para desembarcar escravos contrabandeados da África escondidos embaixo de engradados de galinhas d’ Angola. Quando chegavam as embarcações, a senha usada para despistar era “ lá vêm as galinhas” ou “ tem galinha nova no Porto” O resto da história dá para imaginar.

Descobrimo por si

Mas que tal descobrir lá mesmo? E, de preferência, sob um sol abençoado, tomando suco natural, numa conversa descontraída com os pecadores. Sem dúvida, você vai querer muitas manhãs em Porto.

Cartola e carne de bode

Comida boa, cheirosa e arretada não falta em Porto. De peixe a carne de bode, de suco a frutos do mar. Se você quiser tapioca com coco ou em outras variações, carne-seca com macaxeira, moqueca, cartola, queijo coalho na brasa e biscoitinhos seculares, lá vai encontrar, em abundância e a preços justos.

A cozinha daquele pedaço de solo brasileiro é mesmo de dar água na boca e de deixar qualquer um, na volta, com saudade. Recife e as cidades próximas, caso de Ipojuca, é considerado um dos melhores roteiros gastronômicos do Brasil, depois de São Paulo e Rio de Janeiro.

Em restaurantes típicos ou internacionais encontra-se um cardápio variado além de frutas típicas nordestinas como a serigüela e a sapoti (lembram que esse foi o apelido dado por Getúlio Vargas à cantora Ângela Maria?). A primeira é azedinha. Já a sapoti é morena e doce. Uma delícia!

Perfeitas para selar a refeição regada a cuscuz, rabada, fava, feijão verde de corda, buchada de bode, sarapatel, tortinhas de carne-seca com macaxeira, jerimum e surubim encantado...

Eliane Barbosa

Terça-feira, 13 de novembro de 2007 - O Estado de S.Paulo
ANEXO 20: De trem pela Europa: livre, leve e solto (L)

A partir de amanhã, as saídas de Londres ficarão mais rápidas e a estação na capital inglesa muda para St. Pancras

Dib Carneiro Neto

Muito por influência do cinema e da literatura no imaginário dos turistas, e muito por conta da atração que os brasileiros endinheirados sentem em viajar com luxo pelo mundo, toda vez que se fala em trem a associação imediata é com o lendário Expresso do Oriente, surgido com toda pompa em 1872 para ligar a Europa ocidental ao Sudeste asiático. Hoje, ele mantém a fama, mas a rota se resume ao trecho Paris-Viena. E, aos poucos, os turistas brasileiros descobrem que, ao viajar de trem pela Europa, podem aliar esse fascínio burguês pelo glamour a uma boa dose de praticidade, rapidez e economia.

Este início de novembro será decisivo para a história da conquista de velocidade dos trens europeus. A partir de amanhã, mais uma etapa de mudanças marca a louvável fase de modernização do maquinário da Inglaterra, da Eurostar - o que significa diminuir a duração de alguns trajetos internacionais.

Para cobrir os 373 quilômetros entre Londres e Bruxelas, utilizando o túnel do Canal da Mancha, a uma velocidade de 300 km/h, por exemplo, a duração será de 1h51, o que significam 20 minutos a menos do que se levava até então. Além disso, também amanhã, Londres muda sua estação de Waterloo para a de Saint Pancras, restaurada e muito mais refinada. Novidades para deixar qualquer turista empolgado.

MIL

VANTAGENS

“Sabe qual é a maior vantagem de se viajar de trem pela Europa?”, pergunta o francês Laurent Bijaoui, um dos diretores da empresa Rail Europe, com sede em Paris. “Você desce do trem e já está no meio do burburinho da cidade. As viagens são sempre de um centro urbano para outro”.

A Rail Europe, uma joint venture entre as ferrovias nacionais francesas e suíças, é a empresa responsável pelas vendas - por quase o mundo todo, incluindo o Brasil - das passagens e dos passes múltiplos dos trens europeus.

Para quem não tem desembaraço suficiente com as línguas estrangeiras, sair de casa já com todas as reservas feitas para todos os tipos de trens na Europa, desde os de alta velocidade (TGV na França, Eurostar em Londres, Thalys na Alemanha) até os trens noturnos (Elipsos ou o CityNightLine) e os regionais, é uma vantagem que conta muito a favor dos serviços prestados pela Rail Europe. Na maioria das reservas, você inclusive já marca seu assento.

Se escolher viajar pela Suíça, haverá um atrativo adicional. Basta adquirir um passaporte combinado, o Swiss Travel System, que serve como bilhete único para todos os trens, bondes, ônibus e até barcos que você utilizar pelo país.

ECONOMIA

Os trens noturnos são uma opção decisiva quando, na ponta do lápis, a conta elimina a diária de hotel, já que você vai pernoitar - e bem - dentro do trem. Há cabines, por exemplo, para quatro pessoas em dois beliches. Há as individuais ou as duplas, só com

lavatório (banheiro no corredor). Há as completas, com banheiro, chuveiro e uma pequena mesa para o café da manhã.

E é tudo no capricho: desde a alvura das roupas de cama e a maciez do travesseiro até o cuidado de abastecer o armário de higiene com itens como flúor para a limpeza bucal.

Dentro de um trem em movimento (eles chegam a 320 quilômetros por hora), uma rápida conversa com turistas rende outras tantas justificativas a respeito das vantagens do circuito das ferrovias. "No trem, ao contrário dos aviões, você pode circular, não fica preso ao cinto de segurança", diz alguém. "Alugar um carro é muito pior, porque você tem de se preocupar em dirigir e em estacionar", completa outro. "No avião, você não pode embarcar nem com uma garrafinha de água. No trem, sua bagagem é ilimitada".

Aí é que mora o perigo para os brasileiros: a bagagem ilimitada. Porque, você bem sabe, turista do Brasil tem a fama - merecida, diga-se - de carregar as maiores e mais pesadas malas do mundo. Ainda que os vagões tenham espaço até para aqueles velhos jumbos sem alça e sem rodinha, trem é um meio de transporte que pede mais objetividade, mais praticidade, ou seja: malas menores. Portanto, descarte os supérfluos, para sua maior comodidade e flexibilidade entre as estações.

Abaixo - e nas próximas páginas -, veja sugestões de roteiros em Bruxelas, Estrasburgo e Zurique, três cidades incríveis na rota dos trens. Viagem a convite da Rail Europe

Terça-feira, 6 de novembro de 2007 - O Estado de S.Paulo

ANEXO 21: Ilhas de bem-estar no meio do caos (M)

A versão urbana está em alta, com unidade até no Aeroporto de Cumbica: alternativa à crise aérea

CAMILA ANAUATE - Vôos atrasados, filas intermináveis. Ao turista, resta sentar e esperar ou correr para o balcão de check-in e reclamar com as companhias aéreas. Não dá para fugir do caos, tampouco das conexões longas e dos aviões nada confortáveis. Bom seria uma massagem nos pés ou um banho com cromoterapia para relaxar. Um sonho possível no Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos. A novidade? O The Traveller Spa by L'Occitane acaba de ser inaugurado na sala de embarque internacional do terminal 2.

Com tratamentos relaxantes, o spa está preparado para atender turistas e executivos que passam mais tempo no aeroporto do que viajando. "O serviço está sendo bem recebido pelos passageiros", comenta a gerente da L'Occitane no Brasil, Silvia Gambin. "Dá para fazer as unhas ou uma massagem terapêutica enquanto o voo não sai."

De fato, os tratamentos mais longos, como as massagens de 50 minutos, estão sendo os mais procurados, contrariando a expectativa da empresa. "Mais do que passar o tempo, as pessoas querem mesmo relaxar", justifica Silvia.

Se estiver com tempo, experimente a massagem harmonia provençal (R\$ 130). Ela é feita com técnica indiana na qual a terapeuta utiliza os pés para massagear costas e pernas. Pelo mesmo preço, alivie a tensão dos pés à cabeça com a massagem executivo, ultra-relaxante. Para os pés, a dica é o pacote esfoliação, escalda-pés e hidratação (R\$ 55). O The Traveller Spa by L'Occitane funciona todos os dias, das 6 às 23 horas. Informações: (0--11) 6445-4352; www.loccitane.com.br.

Rotina

Além do aeroporto, a L'Occitane tem outro spa nos Jardins, em São Paulo, que também segue a linha de spa urbano. "É um espaço de bem-estar, para a pessoa cuidar de si mesma", explica Silvia. "Os rituais de relaxamento são o destaque, mas também há terapias estéticas."

O spa urbano atende principalmente o público que mora ou trabalha por perto. "Isso permite que a atividade de spa vire rotina", afirma Ana Flores, gerente do Amanary, que fica no Hyatt, na zona sul de São Paulo. "Trabalhamos com todos os sentidos do cliente para que ele se sinta longe da cidade."

terça-feira, 6 de novembro de 2007- O Estado de S.Paulo

ANEXO 22: Aprenda a escolher um spa para chamar de seu (M)

Para cada necessidade há um tipo de estabelecimento e alguns têm até médicos de plantão; hóspedes passam por avaliação nutricional e física

Camila Anauate - SÃO PAULO - Atire a primeira pedra quem nunca pensou em perder alguns quilinhos num spa. Mesmo aqueles voltados para tratamentos estéticos, holísticos ou simplesmente relaxantes têm cardápios com alimentação balanceada e alimentos saudáveis. Já que a oferta é grande - e as terapias, infinitas -, como escolher onde investir os (poucos) dias de tranqüilidade?

Antes de tudo, o paciente precisa conhecer as diferentes filosofias de spa e escolher aquela que atenda melhor ao objetivo. "Se a meta é perder peso, os spas médicos têm estrutura para orientar o tratamento", afirma a nutricionista do Spa Jardim da Serra, Márcia Dal Medico. "Alguns são mais rígidos quanto à alimentação, mas isso depende do hóspede."

Assim que o paciente chega ao spa, explica Márcia, ele passa por uma avaliação nutricional e física que definirá a dieta. A maioria dos estabelecimentos também tem atividades físicas e terapias estéticas para completar a estada. "Ninguém vai ao spa só para emagrecer", diz a especialista no assunto Ala Szerman.

Em 2002, foi criada a Associação Brasileira de Clínicas e Spas (ABC Spas) e, com ela, um padrão de qualidade para dar credibilidade ao setor. A classificação dos spas pode ajudar o turista na escolha.

"É bom saber que um spa destino é voltado exclusivamente à saúde e ao bem-estar. Já os que ficam dentro de resorts têm tratamentos estéticos, atividades de lazer e um público diferente", orienta Ala.

Se a idéia é equilibrar corpo e mente, os holísticos podem ser uma boa opção - além de massagens básicas, há um toque da filosofia oriental, como a medicina chinesa, e aulas de ioga e meditação, por exemplo.

Todos devem ter, segundo Ala, tratamentos estéticos e atividades físicas, vestiário, piscina, salas de tratamento e assistência médica. "A hidroterapia também é um item importante porque traduz a própria definição de spa." Na expressão latina, spa significa salute per acqua, ou saúde pela água.

Dicionário

Bem-estar: programas estéticos e terapêuticos focados no bem-estar físico, mental, espiritual e emocional. Tem tratamentos antiestresse e de relaxamento.

Day spa: clínicas em áreas urbanas com programação de um dia e tratamentos voltados à saúde e à qualidade de vida.

Estético: com tratamentos estéticos faciais e corporais.

Holístico: clínica com terapias baseadas na medicina chinesa e na ayurvédica. É direcionada ao bem-estar espiritual e tem atividades como ioga e meditação, além de alimentação naturista.

Médico: tem objetivos clínicos e estéticos, com médicos de plantão. Faz programas com alimentação balanceada e atividades físicas monitoradas.

Naturista: clínica com práticas baseadas na medicina naturista, como homeopatia, fisioterapia e acupuntura. Também tem tratamentos estéticos e alimentação à base de produtos orgânicos.

Nutricional: voltado para reeducação alimentar e desintoxicação. Tem cozinha especializada em alimentação dietética e balanceada. Pode ter tratamentos estéticos, com atividades físicas.

Termal: com tratamentos de hidroterapia e várias opções de banhos. terça-feira, 6 de novembro de 2007

terça-feira, 6 de novembro de 2007- O Estado de S.Paulo
ANEXO 23: Roteiros incluem mimos em alto-mar (M)

Navios de cruzeiro que são verdadeiros centros estéticos

Camila Anauate – Os spas também estão em alto-mar. Aliás, que outro lugar seria mais propício para relaxar de verdade? Com o início da temporada de cruzeiros, na semana passada, cerca de 400 mil pessoas poderão fazer tratamentos relaxantes e terapias estéticas em um dos 14 transatlânticos que navegarão pela costa brasileira até abril de 2008. Afinal, é preciso manter a boa forma (pelo menos) até o fim do verão.

A novidade da temporada está no navio Island Star, da Island Cruises. Pela primeira vez, uma embarcação terá a bordo o The Traveller Spa, da L'Occitane. A parceria traz não só os tratamentos como também os produtos da grife, que serão vendidos em uma boutique. Os passageiros encontrarão no spa a linha Lavanda, com propriedades calmantes e reparadoras, e a linha Aromacologia, com óleos essenciais que aumentam o bem-estar. Os pacotes e os preços dos tratamentos ainda não foram definidos.

O Island Star chega em Santos em 7 de dezembro e fará cruzeiros de, em média, cinco noites, para destinos no Brasil, Argentina e Uruguai. Informações: (0--11) 3156-5600.

Um dos estreantes na costa brasileira, o Azamara Journey também terá serviço personalizado de spa, com atendimento na cabine. Informações: www.azamaracruises.com.

MSC

No MSC Opera, além do Opera Health Center, com salão de beleza e academia, os hóspedes podem usufruir dos serviços do Spa La Terme. São tratamentos variados, de massagens a talassoterapia e hammam (banho de vapor úmido, que tem origem em termas romanas). O navio tem, entre outros destinos, Salvador, Rio e Ilhabela.

As atividades do Armonia Spa, no MSC Armonia, e do spa Le Terme, do MSC Sinfonia, são parecidas: talassoterapia, hammam, massagens, sauna, academia e salão de beleza. Os tratamentos nos três transatlânticos custam a partir de US\$ 79 (R\$ 138). O pacote completo de massagens sai por US\$ 294 (R\$ 514).

Para a próxima temporada, a MSC promete trazer o MSC Musica, com um spa em estilo oriental: o Aloha Beauty Farm. Site: www.msccruzeiros.com.br.

CVC

Os navios Mistral e Grand Voyager contam com tratamentos corporais, faciais e termais. Entre os mais requisitados, estão limpeza de pele, massagem redutora de celulite e banho com sais do Mar Morto. Há serviços de cabeleireiro, manicure e depilação - cobrados em dólar. Informações: www.cvc.com.br.

COSTA

O Costa Magica tem o espaço Club Salute Saturnia, com 1.300 metros quadrados dedicados ao bem-estar. Sauna, salão de beleza e cabines têm vista para o mar. No Costa Victoria, a estrutura do Pompei Palestra Spa comporta academia, sauna e solarium. Já o Costa Classica conta com o Centro Fitness Cacaralla. Ali, onde estão salão de beleza, academia, sauna e bar, o passageiro pode experimentar até um banho turco. Preços não definidos. Informações: www.costacruzeiros.com.

ROYAL

CARIBBEAN

No navio Splendor of the Seas, que depois de cinco anos volta para o Brasil, o spa tem desde cabeleireiro até tratamentos corporais com pedras. Site: www.royalcaribbean.com.

Referências nos Estados Unidos

Os Estados Unidos têm spas que são referências mundiais de saúde e bem-estar. Um dos mais prestigiados é o Golden Door, que segue a linha holística. Ele fica em Escondido, ao norte de San Diego, na Califórnia, e tem estilo oriental. "Os serviços são de alto luxo", comenta a presidente da Associação Brasileira de Clínicas e Spas, Soon Hee Han.

O Golden Door atende, no máximo, 40 pessoas por semana. Cada hóspede tem um personal trainer e uma esteticista particular. Os quartos contam com jardins com pedra e areia, e o café da manhã é servido na cama. À noite, óleos aromáticos são espalhados no travesseiro - e o cliente recebe uma massagem. O pacote de sete dias, all-inclusive, custa US\$ 7.750 (R\$ 13.530). Site: www.goldendoor.com.

No Novo México, outro spa é sinônimo de sofisticação: o El Monte Sagrado (www.elmontesagrado.com), membro da The Leading Small Hotels of the World. "O spa criou ambientes do mundo todo", conta Soon Hee. Cada quarto homenageia um país, com decoração e até obras de arte originais. No menu, terapias anti-stress. O programa com esfoliação, hidratação e massagem sai por US\$ 170 (R\$ 297).

Também referência mundial, segundo a especialista Ala Szerman, o Canyon Ranch Spa Club (www.canyonranch.com) tem foco em saúde e preparo físico. Uma sessão de shiatsu custa US\$ 140 (R\$ 244). A rede tem filiais na Flórida, em Las Vegas e no gigante navio Queen Mary 2.

terça-feira, 2 de outubro de 2007 - O Estado de S.Paulo

ANEXO 24: Ilhas de bem-estar no meio do caos (M)

Operadoras encampam iniciativas de preservação, se dedicam a cuidar de destinos em perigo e criam grupo internacional ligado à ONU

Adriana Moreira – Fazer do turismo uma atividade sustentável, e não apenas rentável a curto prazo. Esse desafio se tornou tão urgente que as empresas do setor criaram uma entidade internacional para enfrentá-lo. A Comissão de Operadoras para o Turismo Sustentável (TOI, na sigla em inglês) agrega empresas que se comprometem a atuar de forma ambiental e socialmente correta, além de combater o turismo sexual.

Trata-se de uma questão de sobrevivência para as operadoras, já que os lucros dependem de os destinos manterem sua capacidade de atrair viajantes. Entre os membros permanentes da TOI estão a ONU, a Unesco e a Organização Mundial do Turismo (OMT), além de 18 operadoras - entre elas, a brasileira Freeway. O proprietário, Edgar Werblowsky, é um dos diretores da comissão. Ele conta que o grupo acaba de fechar acordo de cooperação com a WWF, que está entre as maiores redes de preservação ambiental do mundo, com atuação em mais de 70 países.

Por sugestão de Werblowsky, uma das propostas que devem receber atenção do TOI é a de fazer de Itacaré, na Bahia, um destino sustentável. Ele diz que a cidade está em situação limite. "O crescimento acelerado e o não envolvimento da comunidade nas atividades econômicas pode levar à degradação do destino e, a longo prazo, à diminuição nos lucros das empresas envolvidas com turismo na região." A solução, ele diz, seria priorizar a cidade como um destino de ecoturismo, e não de sol e praia.

APOIOS

Além da Freeway, outras empresas brasileiras buscam meios para diminuir o impacto das suas atividades no meio ambiente e torná-las um fator de desenvolvimento nos destinos. Israel Waligora, da Ambiental Expedições, cita como exemplo o fato de que a operadora não abre mão de contratar guias locais. "É uma forma de incorporar a comunidade no processo e oferecer ao turista conhecimento genuíno", diz.

A Ambiental também apóia projetos locais como a cooperativa de reciclagem de lixo de Bonito (MS), a criação de abelhas nativas na Amazônia e o Florestas do Futuro, ligado à ONG SOS Mata Atlântica. "O turista é convidado a fazer doações para o plantio de árvores e, dessa forma, ajudar a neutralizar a emissão de carbono referente à sua viagem. Sabemos que se trata de um paliativo, mas é uma forma de atrair a atenção do visitante para o problema ambiental", diz Waligora.

Jota Marincek, da Venturas & Aventuras, conta que a atuação mais forte da empresa está na qualificação dos prestadores de serviço da região da Chapada Diamantina, na Bahia.

"Meu cliente não quer apenas viajar, mas está em busca de uma experiência", diz. Quem vai ao Vale do Pati, por exemplo, hospeda-se na casa de nativos. "É uma solução boa para o turista, que ganha em conforto, para a comunidade, que pode contar com uma fonte de renda, e para a operadora."

Terça-feira, 10 de julho de 2007 - O Estado de S.Paulo
ANEXO 25: Lendas e mitos para entender um país (N)

Acrescente praias, ilhas e um toque romântico. Eis a fórmula poderosa que seduz 14 milhões de turistas todos os anos

Adriana Moreira – Uma terra repleta de mitos e lendas. Berço de heróis, pensadores, filósofos, deuses. Prepare-se para respirar história, digerir mitos e, principalmente, observar verdadeiras maravilhas da arquitetura. Não é pouco, mas a Grécia tem muito mais a oferecer. Praias de águas cristalinas, ilhas rochosas ou verdejantes, habitadas ou desabitadas, vida noturna agitada ou cheia de romantismo... Tudo isso faz do país o destino de 14 milhões de turistas todos os anos.

Boa parte deles chega em navios de cruzeiro - uma ótima forma de explorar a costa do país, formado por uma parte continental e outra com 3 mil ilhas. As opções são muitas, com diversos pontos de partida e itinerários - alguns incluem outras cidades, como Veneza (Itália), Split e Dubrovnik (Croácia) e até Istambul (Turquia).

E esse tipo de viagem está se tornando cada vez mais popular entre brasileiros. Em navios como o Splendour of the Seas, da Royal Caribbean - que virá para a costa brasileira nesta temporada -, os brasucas chegam a estar em maior número que outras nacionalidades européias, como espanhóis, italianos e alemães.

João Guilherme Rebellato, de 24 anos, fez o roteiro com um grupo de 35 pessoas, vindas de Curitiba (PR). "Eu nunca tinha feito esse trajeto; é muito lindo", conta. Não é à toa que o turismo está entre as principais atividades econômicas da Grécia.

INFLUÊNCIAS

Durante toda a sua história, a Grécia passou pelo domínio de diversos impérios. As influências deixaram como marca os diferentes estilos arquitetônicos encontrados nas cidades. Do período clássico, entre os séculos 5º e 4º a.C., estão as construções mais impressionantes, como a Acrópole de Atenas.

Os romanos deixaram obras como o Teatro de Herodes Ático, também na Acrópole. Nas Ilhas Jônicas, como Corfu, os centros históricos refletem o domínio veneziano, que controlou a região por quase quatro séculos.

CARDÁPIO

Conhecer o país inclui provar alguns de seus sabores. Muitos são até familiares, como o gyros - conhecido por aqui como churrasco grego -, carne assada em um espeto rotatório. Não, lá não tem suco grátis e tampouco é preparado na rua. Costuma ser servido em pequenas lanchonetes, no pita (pão sem fermento), e repleto de acompanhamentos como cebola, salada e até batata frita. Uma delícia que custa, em média, 4 (R\$ 10).

Outra receita conhecida dos brasileiros é a moussaka, espécie de lasanha feita com camadas de berinjela. Os frutos do mar e peixes são outra especialidade, preparados quase sempre com muito azeite - fundamental na mesa grega.

As oliveiras, aliás, estão por toda parte. A importância da árvore é tanta que a mitologia dá à deusa Atena o crédito por sua criação. As histórias, muito ligadas à religião, usam personagens para explicar a criação de outros elementos da natureza, como as ondas, a terra, as montanhas, o dia e o céu.

Há quem diga que heróis classificados como semideuses realmente podem ter existido e realizado feitos tão incríveis para a época que foram incluídos na mitologia. Para recriar tais histórias, estudiosos se utilizaram de fragmentos da literatura e de elementos da iconografia grega, como pinturas de vasos. Até por isso, um mesmo mito pode ter diversas versões.

Você inevitavelmente sairá do país sedento por mais informações sobre mitologia grega. Em cada ilha ou cidade, ouve-se um pouco dessa história repleta de seres fantásticos, monstros horripilantes e deuses com defeitos e qualidades tão semelhantes às humanas. E, mais que tudo, vai querer voltar.

20/09/2007 - Turismo

ANEXO 26: Primavera no Interior (O)

A chegada da nova estação anuncia a boa notícia: festas de flores, frutas, vinhos, cachaças e alcachofras no Estado de São Paulo

A Expoflora, a maior festa de flores da América Latina, em Holambra, região de Campinas, termina no próximo final de semana. Mas ainda há tempo para quem quer fazer compras, interagir com novas nuances, formas e cheiros e aprender em oficinas como reproduzir em casa essas maravilhas.

A feira chegou à 26ª edição, recebendo número recorde de visitantes, que se extasiam com a beleza das flores e com as novidades apresentadas. Este ano, a rosa multicolorida é a sensação, conseguindo se sobressair num palco de tanta beleza.

Falando na rainha das flores, a Expoflora reserva um horário todo especial aos visitantes, já que seus organizadores acreditam que as pétalas de rosas têm poderes especiais. “Quando soltas ao vento e se apanhadas ainda no ar, antes que toquem o chão, podem ajudar na realização de desejos”, afirma Vera Longuini. Por isso, durante o evento, que prossegue de hoje até domingo, das 9h às 19h, pontualmente às 17h, 150 quilos de pétalas de rosas serão lançadas em forma de chuva. Um espetáculo emocionante para adultos e crianças.

O colorido das pétalas e a beleza do espetáculo foi possível por meio da união de 25 produtores de rosas da cidade, que nos dias do evento doam 2,4 toneladas de pétalas. Embora o show ocorra somente no final da tarde, a preparação começa bem cedo.

Às 7h, as rosas, já colhidas, são levadas para um galpão, onde uma equipe de oito pessoas já está preparada para despertalar, uma a uma, as 18 mil unidades, totalizando 1.500 dúzias.

O trabalho manual é indispensável para a retirada das impurezas, evitando também que espinhos se misturem às pétalas. Em seguida, as pétalas das mais incríveis cores e tamanhos são guardadas em uma câmara fria especial para que não murchem até a hora do espetáculo.

Perto de Holambra, também na região de Campinas, festas de frutas e cachaça de alambique são os chamativos das cidades que fazem parte do Circuito das Águas Paulistas (www.circuitodasaguaspaulista.com.br).

Enfileiradas, charmosas, perfeitas para a aventura em corredeiras, trilhas em bosques ou simplesmente relax em seus hotéis termais, Socorro, Amparo, Monte Alegre do Sul e Águas de Lindóia ainda oferecem uma “branquinha” esperta para abrir apetite e caminho para torresminhos, tutu à mineira e outras delícias da região serrana paulista.

Além de roteiros consagrados pelos turistas, como os de aventura, compras, histórico e de águas, as cidades contam com tradicionais alambiques. Da orgânica a tradicional, as premiadas cachaças do Circuito das Águas Paulista despertam a atenção dos visitantes e ganham roteiro próprio.

Eliane Barbosa

20/09/2007 - Turismo

ANEXO 27: A “Itália” paulista (O)

São Roque, atingida via Rodovia Castelo Branco, é famosa pela produção de vinhos, alcachofras e doces caseiros. Aproveitando o início da primavera, a cidade serrana (que fica a apenas 55 quilômetros da Capital Paulista) promove, entre os dias 5 e 28 de

outubro, no Recanto da Cascata, a 15ª Expo São Roque (www.exposaoroque.com.br), com diferentes atrações gastronômicas, culturais e de entretenimento para todas as idades.

Um dos momentos mais aguardados da Expo São Roque é a tradicional Pisa da Uva, que acontecerá todos os dias, sempre às 17h. A atração é uma homenagem à tradição da cultura do vinho.

Ao som da “tarantella”, os visitantes pisam em aproximadamente 300 quilos de uva em duas grandes tinas, de dois metros cada. Além de se divertir, o turista poderá adquirir os vinhos produzidos a partir da pisa do ano passado.

No Espaço das Adegas, o turista se sentirá em uma verdadeira vinícola, decorada com caixotes antigos, tonéis, garrafas, cortina de rolha, entre outros objetos. O cenário remete a um casarão com arcos de tijolo e detalhes em pedra, arquitetura típica das antigas vinícolas e caves. O espaço contará com 13 estandes, onde será possível degustar diversos tipos de vinhos produzidos na região.

No Mercado de Alcachofra, o visitante poderá provar as receitas especiais à base da iguaria, com serviço à la carte ou self-service, preparados pelos restaurantes da Expo São Roque, aprender a preparar os pratos do Espaço Gourmet e comprar o vegetal “in natura”, em conserva ou pratos congelados.

A alcachofra produzida na cidade é a espécie roxa, ideal para consumo alimentar, que tem seu auge de colheita em outubro. Os expositores também prometem. Serão montados 90 estantes com produtos variados, que vão de doces caseiros a velas decoradas, licores, artesanato e artigos para casa.

Morangos, figos, uvas

Na estação das flores e das frutas, outro roteiro que não pode ficar esquecido é o Circuito das Frutas, envolvendo passeios gastronômicos e culturais em cidades como Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Morangaba, Jundiá, Louveira, Valinhos e Vinhedo. Cidades igualmente agradáveis e charmosas.

Uvas, morangos, pêssegos, figos, goiabas, ameixas e caquis não faltam nessas localidades, que se organizaram para a formação do circuito e oferecem aos turistas passeios guiados às propriedades.

Placas de indicação estão sendo colocadas em vários trechos das rodovias Anhangüera e Bandeirantes para guiar o visitante, que também vêm recebendo folhetos de divulgação junto às praças de pedágios.

Cachaças premiadas

O Circuito das Águas Paulista detém duas das três melhores cachaças do Estado, escolhidas no Concurso Paulista de Cachaça de Alambique deste ano: a cachaça da Adega do Italiano, de Monte Alegre do Sul, premiada na categoria cachaça não envelhecida (segunda colocada no concurso) e a cachaça Galo Branco, de Socorro (terceiro lugar na categoria não envelhecida).

Monte Alegre do Sul tem, ainda, outras cachaças especiais. Para se tomar e para se comprar. Caso da Cachaça Chora Menina, da Cachaça Campanari e da Cachaça Rouxinolli, que ganham cada vez mais expressão no mercado.

Já Socorro, além da Galo Branco, se orgulha de ser sede do alambique da Pioneira, que chama a atenção com seu processo 100% orgânico, sendo o primeiro alambique de cachaça orgânica do Estado de São Paulo e o terceiro do País.

Hoje, Socorro possui cerca de 34 alambiques, como o Caribeña, Diamante das Montanhas, Cachaça do Campo e o cachaça Morete. A Caribeña é exportada há dois anos para os Estados Unidos com o nome de Cuca Fresca. Este ano participou de um concurso de bebidas destiladas e fabricadas no Brasil, o São Francisco World Spirit, conquistando medalha de ouro.

Agenda

Anote os dias e localizações dos eventos que envolvem flores e frutas no Estado de São Paulo.

26ª Expoflora

Até 23 de setembro, de quinta-feira a domingo, das 9h às 19h.

Localização: Holambra, rodovia SP-340 (Campinas-Mogi Mirim), saída 140 – 40 km de Campinas.

Ingressos: R\$ 22,00; crianças até 5 anos não pagam.

Informações (19) 3817-2228, e-mail: contato@expoflora.com.br.

Circuito das Águas Paulista

Site: www.circuitodasaguaspaulista.com.br

15ª Expo São Roque

Dias 5 e 28 de outubro; de sexta a domingo, das 10h às 22h.

Localização: Recanto da Cascata – Acesso pelas rodovias Raposo Tavares (km 60) e Castello Branco (km 54B).

Ingressos: R\$ 3,00 (sexta-feira) e R\$ 10,00 (sábados, domingos e feriados); estudantes e pessoas acima de 60 anos pagam meia-entrada. Crianças até 8 anos acompanhadas não pagam.

Informações: (11) 4712-3231, site: www.exposaoroque.com.br

Circuito dos Alambiques

Águas de Lindóia: Engenho do Barreiro, telefone (19) 3824-3137.

Amparo: Adega Benedetti, telefone (19) 3807-4848.

Jaguariúna: Sítio Jequitibá, telefone (19) 3867-3491.

Lindóia: Engenho Cavalo de Tróia, telefone (19) 3898-1278.

Monte Alegre do Sul: Adega do Italiano/Pousada da Fazenda, telefone (19) 3899-1204.

Adega O Rancho, telefone (19) 3899-2802.

Pedreira: Sítio Repouso das Águias, telefone (19) 3893-2139.

Serra Negra: Cachaça do Bimbo, telefone (19) 3892-1712/ (19) 3892-7112.

Sítio Bom Retiro (Família Carra), telefone (19) 3892-3574.

Fazenda Amábilé/Big Valley Hotel Fazenda, telefone (19) 3892-2774/ (19) 3892-5166.

Socorro: Cachaça Caribeña, telefone (19) 3855-7676

Fazenda São José do Rio das Antas.

Alambique Pioneira, telefone (19) 3855-2647.

Cachaça Galo Branco, telefone (19) 3895-7338.

Terça-feira, 16 de outubro de 2007 – O Estado de São Paulo
ANEXO 28: A beleza escondida de Glasgow (P)

Cidade não desperta paixão à primeira vista, mas é o lugar certo para quem gosta de arte

Adriana Moreira

SÃO PAULO - Cinzenta, chuvosa e gelada - mesmo no verão -, Glasgow não é de despertar paixão à primeira vista. Mas com um pouco de boa vontade e um olhar mais aguçado, o turista encontra as belezas escondidas da maior cidade da Escócia. Glasgow foi capital cultural da Europa em 1999 e se destaca especialmente pelas artes.

A maioria dos visitantes chega na Central Station, que conecta Glasgow ao aeroporto e a quase todo o Reino Unido. Pronto: você já está no coração da cidade. Barulhenta e movimentada, parece um pouco com o centro de São Paulo, com menos trânsito e mais segurança.

Dali mesmo você já pode começar a fazer seu city tour. Siga pela Argyle Street até a Queen Street e vire à esquerda. Você já vai estar na frente da Galeria de Arte Moderna (Goma), um dos muitos museus da cidade. Boa notícia: nenhum cobra entrada.

Com poucos passos você atinge a George Square, a praça principal, onde turistas e moradores disputam os bancos quando o sol aparece. É dali também que saem, a cada 15 minutos, os ônibus que levam aos principais pontos turísticos da cidade.

O passeio vale a pena. As atrações ficam bem distantes umas das outras e são acessíveis apenas de ônibus - o sistema de transportes não é dos mais simples. O ingresso do tour custa 9 libras (R\$ 33) e vale por 24 horas. Mas preste atenção: o serviço só funciona das 9h30 às 17 horas. É possível descer e subir em qualquer ponto.

Catedral

Comece descendo na Catedral de Glasgow, a mais antiga da Escócia. A terra é considerada sagrada desde o século 6º, quando uma cruz foi plantada no local por São Ninian - ou São Mungo. A primeira catedral, de pedra, foi construída em 1136, mas a maior parte do prédio data do século 13 - ela foi a única igreja do país que sobreviveu à Reforma Escocesa, porque aderiu ao protestantismo.

Há cinco partes principais. Uma delas é a nave, com 32 metros de altura, que reflete o estilo medieval, repleto de vitrais coloridos. Na igreja baixa fica o túmulo do santo, morto em 603.

Na frente da catedral, o Museu de São Mungo da Vida e Arte Religiosa traz objetos que refletem a importância da religião para povos do mundo todo. Há exposições sobre budismo, cristianismo, hinduísmo, islamismo, judaísmo e siquismo. São três andares com obras como a estátua do deus hindu Shiva Nataraja (deus da dança), do fim do século 18.

Também vale descer, ao menos para fazer belas fotos, no Glasgow Green, o jardim da cidade. Ali fica o People's Palace, um museu de relativo interesse sobre os moradores do East End, a área operária. Nos fundos do prédio, um belíssimo jardim de inverno.

A mesma parada serve, nos fins de semana, para conhecer o The Barras, uma espécie de mercado de pulgas. No caminho, você passará pela Glickman's, a loja de doces mais antiga de Glasgow, fundada em 1903 e especializada em caramelos e doce de leite. Imperdível mesmo é o Museu e Galeria de Arte Kelvingrove, o mais visitado da Escócia. Reserve algumas horas para ele - mesmo assim, será impossível ver todo o acervo como se deve em um único dia.

O que mais encanta no museu não são suas obras de valor inestimável - como o quadro Cristo de São João da Cruz, de Salvador Dalí, e outras de Rembrandt e Botticelli -, mas a forma como os objetos foram organizados para interagir com os visitantes, tanto crianças quanto adultos.

Se tiver tempo livre, tome um ônibus (dos tradicionais) até o Pollok Country Park e vá conhecer a The Burrell Collection, doada à cidade em 1944 pelo comerciante William Burrell. Móveis antigos, tapeçarias, vitrais e portais de mármore do século 14 fazem parte da coleção.

Portas fechadas

Corra para visitar o maior número de lugares possíveis entre 10 e 17 horas. Assim que o relógio bate a quinta badalada, a cidade se transforma. Mesmo com o dia claro do horário de verão - só anoitece por volta das 20 horas -, todas as atrações turísticas fecham com uma pontualidade de fazer inveja até aos ingleses.

Algumas poucas lojas permanecem abertas até as 18 horas. Depois desse horário, Glasgow fica simplesmente deserta. Só o que funciona, a todo vapor, são os pubs, especialmente aos sábados. Nos mais tradicionais, é difícil encontrar uma mulher, principalmente desacompanhada.

Terça-feira, 16 de outubro de 2007 – O Estado de São Paulo

ANEXO 29: Muita história e belas paisagens na terra dos 'highlanders' (P)

Entender os costumes locais (como homens de saia) pode não ser fácil, mas é um desafio encantador

Adriana Moreira

ESCÓCIA - Que terra estranha é esta, onde os homens dizem que falam inglês (mas dá para jurar que é uma mistura de alemão com polonês), usam saia e, mesmo no verão, os termômetros dificilmente ultrapassam os 25 graus? Entender a história, os costumes e o sotaque escocês pode não ser simples, mas desbravar o país certamente será uma experiência inesquecível. Por isso, vamos por partes.

Guerras, invasões e disputas marcam o passado da Escócia, integrante do Reino Unido (na companhia de Inglaterra, País de Gales e Irlanda do Norte) que tem sistema próprio de leis e um parlamento independente desde 1998. O forte sotaque reflete essa mistura de influências, dialetos e línguas - como o gaélico, ainda hoje falado nas Terras Altas.

É dos habitantes dessa região, conhecidos como highlanders, o costume de usar o kilt, espécie de saia de lã xadrez. Não pense que a cor escolhida é uma questão de moda: os padrões (chamados tartãs) identificavam os membros de cada clã. Hoje, a vestimenta é usada em ocasiões especiais, como casamentos, e não faltam lojas especializadas em alugar ou vender os trajes. Levar um para casa, apenas como souvenir, pode não ser uma boa idéia: o preço mínimo fica em torno de 50 libras (R\$ 183).

Desbravar em uma única viagem essa terra de lagos, montanhas e castelos é simplesmente impossível. Decidimos, então, começar pelas duas maiores cidades escocesas. À margem do Rio Clyde, Glasgow, com 560 mil habitantes, é uma espécie de São Paulo: uma metrópole de passado industrial repleta de grandes empresas, com excelentes opções culturais.

Já a capital, Edimburgo, encanta assim que o visitante coloca os olhos em seu castelo, erguido sobre a cratera de um vulcão extinto há 350 milhões de anos. Ciumenta, Glasgow quer concorrer com a rival na arte. Nesse ponto, a disputa é acirrada. Afinal, Glasgow tem sob sua custódia o forte acervo do Museu Kelvingrove e da Burreal Collection. Edimburgo, por sua vez, exhibe belas coleções na Galeria Nacional e no Museu Real (Royal Museum).

Mas se os quesitos forem charme e beleza, Glasgow não tem a menor chance. Edimburgo sabe, como nenhuma outra, encantar os visitantes. E mostrar que, estranho mesmo, é você saber tão pouco sobre um lugar tão especial como a Escócia.

06/09/2007 - 10h04

ANEXO 30: NY: Cidade quer atrair turistas com "simpatia" e celebridades (Q)

FLÁVIA

da Folha de S.Paulo, em Nova York

MARREIRO

Seis anos após a tragédia do 11 de Setembro, Nova York se orgulha de ser o único destino nos EUA no qual o turismo internacional continua em rota ascendente --de 2000 a 2006, foi registrado na cidade crescimento de 9%, contra 17% de queda do número de visitantes no resto do país.

Os turistas visitam uma cidade que segue ferida, é verdade. A poucos dias da efeméride, a cratera no lugar onde ficavam as Torres Gêmeas do World Trade Center, os prédios chamuscados em volta --em um deles, o do Deutsche Bank, houve um incêndio há 15 dias que deixou três mortos- e as reportagens sobre estudos e especulações sobre as seqüelas físicas e psicológicas dos ataques na população são sinais tão evidentes quanto tristes disso.

A prefeitura de Michael Bloomberg não parece disposta a esconder essa dor. Tanto que convidou jornalistas do mundo todo para ficarem hospedados a apenas algumas dezenas de metros do "Ground Zero", como ficou conhecido o local do atentado, em Downtown, e, a partir desse ângulo, comecem a ver a cidade e a nova campanha de turismo para promovê-la nos EUA e no exterior.

A simpática Just Ask the Locals (pergunte aos locais), série de propagandas em que celebridades nova-iorquinas ou que vivem na cidade dão suas dicas a visitantes, foi lançada na semana passada na TV, nas ruas e na internet.

Pelos anúncios, você fica sabendo que o Piccolo Angolo Restaurant (na rua Hudson, 621, no West Village), com massas a US\$ 15 (R\$ 29) em média, é recomendado pela elegantíssima Julianne Moore. A atriz ainda sugere onde fazer compras (na Butik, Hudson, 636).

Além de Moore, Robert De Niro, o comediante Jimmy Fallon (ex-Saturday Night Live), o artista plástico Chuck Close e o ex-astro de futebol americano e apresentador Tiki Barber também juram contar aos turistas seus lugares preferidos em NY.

De Niro recomenda o New York City Fire Museum (www.nycfiremuseum.org), com um dos acervos mais relevantes do país sobre a atividade dos bombeiros desde o século 18. Esses profissionais, aliás, foram destacados como heróis por sua atuação no resgate das vítimas do 11 de Setembro --a tragédia ganhou um memorial dentro do museu.

Outro museu recomendado é o The Frick Collection (www.frick.org), dica de Chuck Close. Menos celebrado por turistas que outros bastiões da cultura na cidade, como o Metropolitan e o Guggenheim, guarda um acervo com obras de Rembrandt, El Greco, Goya, Degas e outros grandes nomes.

A campanha custou US\$ 57 milhões --nenhuma celebridade recebeu cachê, de acordo com o prefeito, que espera ainda novas adesões. "O objetivo é mostrar aos turistas que eles são bem-vindos aqui", afirma Bloomberg. "O mundo precisa saber como os nova-iorquinos são simpáticos", continua o prefeito, que pretende atrair 50 milhões de turistas até 2015.

Simpatia e cordialidade, porém, não podem ser consideradas marcas distintivas da cidade. As reportagens na televisão e nos jornais, dias após o lançamento da campanha, mostravam, no entanto, que os moradores haviam recebido bem a proposta. Em geral, a resposta era: "Tudo bem parar duas vezes ao dia para explicar onde fica a Times Square".

O site da campanha é www.nycvisit.com. Em Nova York, é possível também ligar para o número 311 e ouvir dicas gravadas pelas celebridades.

ANEXO 31: NY: Visto é o principal problema do estrangeiro que quer ir à cidade (Q)

FLÁVIA

MARREIRO

da Folha de S.Paulo, em Nova York

No sexto aniversário do 11 de Setembro, a campanha com celebridades é também uma tentativa de suavizar o calvário que se tornou a chegada do turista estrangeiro aos EUA e a Nova York após os atentados.

Os estrangeiros foram 17% dos 48,3 milhões de pessoas que visitaram a cidade no ano passado. Eles responderam, no entanto, por 50,1% dos gastos de todos os turistas -- por isso surge a preocupação em atendê-los bem.

Pior processo

"Os EUA, mostram as pesquisas, é o país que exhibe o pior processo de entrada, com seríssimas conseqüências para o turismo e para a economia", diz Jonathan Tisch, presidente da companhia de turismo da cidade, a NYC&Co.

"Nós precisamos de fronteiras seguras mas também de portas abertas", afirmou Tisch, repetindo aquilo que se tornou o mantra dos operadores de turismo norte-americanos.

De fato, conseguir o visto de entrada nos EUA é o problema número um para o turista brasileiro que pretende viajar a Nova York.

Se quiser dar conta de cumprir todos os procedimentos exigidos para a retirada do documento, é necessário que o turista brasileiro programe a viagem com pelo menos dois meses de antecedência. No caso do consulado em São Paulo, esse era o prazo mínimo para agendar uma entrevista para obter a autorização para entrar nos EUA em agosto.

06/09/2007 - 10h07

ANEXO 32: NY: Knicks e fãs famosos consagram Madison Square Garden (Q)

ADALBERTO LEISTER FILHO

da Folha de S.Paulo, em Nova York

A quadra fica bem distante dos reles visitantes brazucas, que investiram mais de US\$ 70 (R\$ 136) para assistir ao jogo do New York Knicks no segundo anel de arquibancada do mítico Madison Square Garden.

As cadeiras são apertadas. Com certeza foram pensadas para outras épocas e físicos. Aqueles americanos gigantes comedores de pipoca mal cabem nos estreitos bancos.

Divulgação

Vista do Madison Square Garden, o estádio do NY Knicks, time de basquete da cidade

Vista do Madison Square Garden, o estádio do NY Knicks, time de basquete da cidade

Mas, se pensarmos que a atual estrutura esportiva foi inaugurada em 1968, há quase 40 anos, a visão é perfeita.

E a experiência de assistir a um jogo de basquete na mais tradicional arena da NBA vale o ingresso, mesmo que a equipe dos Knicks já não empolgue. O time é --de longe-- o mais

mal administrado do campeonato. E seu astro, Stephon Marbury, não levou a equipe aos playoffs no último campeonato.

O "The Garden" vale a visita por seu interior recheado de história. Foi lá que Muhammad Ali fez duas "lutas do século" contra Joe Frazier. O local foi cenário para Marilyn Monroe cantar o famoso "happy birthday, mr. president" para John F. Kennedy em 1962, poucos meses antes de morrer. John Lennon fez ali seu último show.

Tudo no ginásio é feito em função do espetáculo. Pelo placar, pregado ao teto, é possível acompanhar o desempenho de atletas em pontuação e faltas.

Os bancos mais caros são os situados no piso térreo. Nos assentos próximos ao centro da quadra é possível distinguir figurinhas carimbadas em jogos no Madison Square Garden. Com um pouco de sorte, o telão do ginásio exibirá essas celebridades locais, como os diretores de cinema Spike Lee e Woody Allen e a atriz Sarah Jessica Parker, protagonista do seriado "Sex and the City".

Não há separação entre o público e os atletas, fazendo com que o jogo seja acompanhado em seus mínimos detalhes.

Nos intervalos, há street dancers, cheerleaders, gincanas interativas e distribuição de prêmios. A nova temporada está chegando, e no dia 11 de outubro haverá um amistoso com o Maccabi Tel Aviv.

NY KNICKS x MACCABI TEL AVIV

US\$ 34,50 a US\$ 3.004,50 (de R\$ 67 a R\$ 5.854); Madison Square Garden: 4, Pennsylvania Plaza; www.thegarden.com

06/09/2007

ANEXO 33: NY: Confira pacotes para viajar à cidade (Q)

US\$ 1.089

Quatro noites no hotel Pennsylvania, com café da manhã. Na Alemar: 0/xx/11/3815-7585; www.alemar.com.br.

US\$ 1.119

Quatro noites no Pennsylvania. Na Beeline: 0/xx/11/ 3171-1544; www.beeline.com.br.

US\$ 1.149

Quatro noites no Pennsylvania, com café da manhã. Na Majestur: 0/xx/11/3021-5008; www.majestur.com.br.

US\$ 1.190

Quatro noites no Pennsylvania com city tour. Na Sulamerica: 0/xx/11/3583-0021; www.sulamericaturismo.com.br.

US\$ 1.197

Quatro noites no Pennsylvania. Na Apex: 0/xx/11/3722-3000; www.apextravel.com.br.

US\$ 1.204

Quatro noites no Pennsylvania. Na Venice: 0/xx/11/3062-4499; www.veniceturismo.com.br.

US\$ 1.267

Quatro noites no Pennsylvania. Na Luxtravel: 0/xx/11/3017-5656; www.luxtravel.com.br.

US\$ 1.480

Quatro noites no Milford Plaza, com tour. Na Tereza Ferrari: 0/xx/11/3831-5622; <http://www.terezaferrariaviagens.com.br>.

| | |
|--|--------------|
| US\$ | 1.499 |
| Cinco noites no Pennsylvania, com tour. Na Brazilian Summer: 0/xx/11/5096-2230; www.brazilian-summer.com.br . | |
| US\$ | 1.638 |
| Seis noites no Edison Hotel. Na RCA: 0/xx/11/3017-8700; www.rcaturismo.com.br . | |
| US\$ | 1.873 |
| Seis noites no hotel Beacon. Na Flot: 0/xx/11/4504-4544; www.flot.com.br . | |
| US\$ | 1.987 |
| Sete noites no Ameritania, com passeio de helicóptero, tour e traslado. Na Vivere: 0/xx/11/3124-7100; www.vivere.com.br . | |
| US\$ | 1.989 |
| Seis noites no Days Inn, com city tour. Na New Age: 0/xx/11/3138-4888; www.newage.tur.br . | |
| US\$ | 2.448 |
| Oito noites no Roosevelt Hotel, com city tour e traslado. Na CVC: 0/xx/11/2146-7011; www.cvc.com.br . | |
| US\$ | 1.437 |
| Quatro noites no Edison Hotel, com city tour. Na Intravel: 0/xx/11/3206-9000; www.intravel.com.br . | |
| US\$ | 1.512 |
| Cinco noites no Pennsylvania, com city tour. Na Visual: 0/xx/11/ 3235-2000; www.visualturismo.com.br . | |
| CURSO, SEM AÉREO | |
| US\$ | 1.950 |
| Quatro semanas de curso de inglês, com acomodação em casa de família e café da manhã. Na SIP: 0/xx/11/3168-6658; www.siptravel.com.br . | |
| US\$ | 3.499 |
| Quatro semanas de curso de cinema na New York Film Academy. As aulas são de segunda a quinta por três semanas. A última semana é para o trabalho final. Não inclui acomodação. Na Sem Destino: 0/xx/11/3709-2185; www.semdestino.com.br . | |

23/08/2007

ANEXO 34: Vivo e ruidoso, Benin sintetiza continente africano (R)

Cecília

Scharlach

Especial para a *Folha de S.Paulo*, no Benin

A viagem é feita com escala em Paris. É de lá que, em dias intercalados, em vôos da Air France com duração de seis horas, se chega a Cotonou, a capital econômica do Benin. Porto Novo é a capital administrativa.

"Nesse pedaço do mundo, as flores não adornavam as casas, não alegravam as festas nem acompanhavam os enterros.

Foram os comerciantes brasileiros e os ex-escravos retornados do outro lado do Atlântico os primeiros a fazer das flores, embora com parcimônia e recato, parte de seu cotidiano", escreve Alberto da Costa e Silva em "Francisco Félix de Souza, Mercador de Escravos" (ed. Nova Fronteira, R\$ 29).

No aeroporto, vejo Agnès Adjaho, que conta, entusiasmada, sobre sua livraria Notre-Dame, próxima à catedral de Cotonou. Foi o desafio que ela enfrentou, num país com altas taxas de analfabetismo, para que os beninenses não precisassem ir até Dacar (Senegal) ou Lomé (Togo) para conseguir livros. Do avião avistam-se lagos, lagoas, lagunas e suas ramificações. A vegetação é rasteira, e não há árvore quase nenhuma na chegada a Cotonou. Após o deserto, as águas cor de garapa anunciam o vasto golfo do Benin. Distinguem-se na paisagem cinza construções de três andares.

Em Cotonou, vibra um movimento nervoso nas avenidas. São os zumbidos de motos, a poeira de muitas ruas em obras ou sem pavimentação, as barracas nas calçadas, gente transitando, som de dialetos, vida ressoando. E as cores e estampas dos trajes dos homens e mulheres! Parece não haver um desenho igual ao outro. Às margens da laguna de Cotonou, o mercado de Dantokpa é o pulmão econômico da cidade, um universo de cores, especiarias, artesanatos, fetiches, feitiçarias, alimentos, calçados, tecidos... Um centro comercial completo e vivo, ponto de encontro ruidoso, perto do qual as grandes feiras livres brasileiras não são nem pálida expressão.

Para quando você for ao Benin - Passagens Aéreas

SP-COTONOU-SP

Air France (via Paris): a partir de US\$ 1.740

PARIS-COTONOU-PARIS

Air France: 586 euros

Reservas:

Air France: 0/xx/11/ 4003-9955; www.airfrance.com.br

HOTÉIS

Cotonou

118,58

Benin Marina Hotel
Endereço: Boulevard de la Marina, BP 1901, Cotonou

Reservas: 00/xx/229/21/300100; www.benin-marina.com

121

Novotel Cotonou Orisha
Endereço: Boulevard de la Marina, 08 BP 0929, Cotonou

Reservas: 00/xx/229/21/305662; www.accorhotels.com

Porto Novo

44,97

Hotel Dona
Endereço: Boulevard Extérieur, 01 BP 95, Porto **euros**
Reservas: 00/xx/229/223052; www.hoteldona.com Bénin
Novo

31,41

Hotel
Endereço: BP 387, Porto **euros**
Reservas: 00/xx/229/20212399 Beaurivage
Novo

Uidá

82,33
Casa Del **euros**
Endereço: Ouidah-Plage, BP 5787, Papa
Reservas: 0/xx/229/22492101; www.casadelpapa.bj Uidá

09/08/2007

ANEXO 35: Uruguai: Em Montevidéu, turista viaja no tempo (S)

Amarílis Lage - *da Folha de S.Paulo, em Montevidéu*

A princípio, sente-se um certo deslocamento. O ritmo, mesmo para um visitante em férias, soa devagar. Saboreia-se a comida sem pressa, as pessoas caminham com calma, e mesmo quem dirige não parece muito interessado em acelerar --além disso, muitos carros, você repara, são antigos.

Também não se vê, por ali, a urgência da moda. À exceção de algumas lojas de jovens estilistas, as vitrines exibem mantas e casacos de lã, de corte tradicional, feitos para enfrentar o frio de muitos invernos. Os sapatos, básicos, também parecem ignorar se a tendência no exterior é bico fino, plataforma ou "ankle boots". Tudo é simples e sóbrio, como os próprios montevideanos.

Ao redor, os prédios remetem ao art nouveau. Apesar de a cidade já ter abrigado o edifício mais alto da América Latina --o Palácio Salvo, de 1922--, a maioria das construções é de porte médio. Ao observar Montevidéu do alto da fortaleza do Cerro, apenas o edifício de uma companhia telefônica se destaca por suas laterais espelhadas e altura incomum --na verdade, parece deslocado na paisagem.

Mas, em pouco tempo, o forasteiro aprende a ajustar o relógio e o olhar. Descobre os bancos das praças, o ritual do mate e troca a visita corrida a cinco pontos turísticos por um fim de tarde na escollera Sarandí, na companhia dos pescadores, ou por um café demorado na confeitaria Oro del Rhin. Só assim se começa a entender e a curtir Montevidéu.

Com cerca de 1,4 milhão de habitantes, a cidade concentra quase um terço da população do Uruguai.

De acordo com o último censo, de 2004, um em cada cinco moradores da capital tinha mais de 60 anos. No país, os idosos correspondem a 17% da população. No Brasil, por exemplo, representam 8,6%.

A alta proporção de idosos não está ligada apenas à expectativa e à qualidade de vida: decorre também da ida de muitos jovens para a Europa, especialmente para a Espanha, em busca de trabalho. A economia do país, fortemente ligada à tradição rural, foi especialmente afetada pela crise da Argentina, alguns anos atrás.

Para os turistas brasileiros, isso acaba fazendo do Uruguai um destino muito barato, mais ainda do que Buenos Aires, principalmente no que se refere à alimentação.

Lá é possível encontrar ótimas carnes, ótimos queijos, doces e vinhos, além de artefatos de couro e peças de lã, por preços bem menores do que os cobrados no Brasil. Uma refeição completa num restaurante charmoso como o La Corte (www.lacorte.com.uy), por exemplo, sai por menos de R\$ 20 por pessoa.

Apesar dessa vantagem para o bolso do turista brasileiro, é impossível, após conhecer o país, não desejar que o Uruguai volte a enriquecer e a ocupar uma posição de destaque. De preferência, sem perder esse ar retrô que deixa visitantes tão nostálgicos ao voltar para casa.

09/08/2007 - 10h25

ANEXO 36: Uruguai: Montevidéu mostra pátria e paródia em seus museus (S)

Denise Mota - *Colaboração para a Folha de S.Paulo, em Montevidéu*

Nos últimos anos, a cena artística uruguaia vem sendo transformada por um grupo de jovens autores que, depois da crise econômica que o país viveu em 2002 --e tendo sobrevivido a ela sem sucumbir à tentadora opção de emigrar--, passaram ao primeiro plano da experimentação contemporânea local. Esses artistas se utilizam principalmente da ironia em relação aos circuitos tradicionais da arte e da paródia a ícones da cultura de massas.

Boa parte dessa produção, representada por nomes como Dani Umpi, Martín Sastre (que se apresentou na 26ª Bienal de São Paulo em 2004), Carolina Comas, Federico Aguirre e Javier Abreu, tem seu berço e/ou quartel-general na Fundación de Arte Contemporáneo.

O espaço de três andares, encravado na Ciudad Vieja, o centro histórico de Montevideú, se divide entre ateliê, centro de estudos e galeria.

Em meio ao parque Rodó, o principal da cidade, a investigação de novas linguagens continua, dentro dos laboratórios do Museo Nacional de Artes Visuales, que atualmente passa por uma renovação curatorial cujos principais pilares são o intercâmbio artístico e a criação apoiada em mídias digitais.

A unir as duas pontas do panorama das artes do país, o museu estimula o surgimento de propostas inusitadas, mas não descuida do precioso acervo do qual dispõe. Lá se encontram exemplares dos grandes mestres das artes uruguaias: Juan Manuel Blanes, Joaquín Torres García e Pedro Figari.

A trindade também pode ser vista em espaços expositivos dedicados especialmente às suas obras. Blanes (1830-1901), apelidado de "o pintor da pátria" por ter sido o retratista oficial de marcos históricos e tipos sociais do país, dá nome ao museu municipal de Montevideú, no bairro do Prado, onde se encontra a maior parte de seus trabalhos.

Aí estão, igualmente, telas de Figari (1861-1938), advogado e político célebre sobretudo por imortalizar festividades, paisagens e hábitos relacionados às camadas populares de Montevideú. As obras do "pintor dos negros", como também é conhecido, podem ser apreciadas ainda na galeria mantida no centro da cidade por um dos bisnetos do artista, Fernando Saavedra Faget.

Por fim, Joaquín Torres García (1874-1949) encerra um mundo à parte no museu construído exclusivamente para preservar as diversas facetas de sua produção. Instalado logo na entrada da Ciudad Vieja, o sobrado guarda algumas das obras fundamentais do emblemático artista, professor e teórico -criador do universalismo construtivo.

Além de exposições, o espaço também oferece breves oficinas de arte para adultos e crianças, que ainda podem conhecer, como atrativo extra, os brinquedos educativos desenvolvidos por García.

09/08/2007

ANEXO 37: Uruguai: Passeio desvenda Ciudad Vieja em Montevideú

Silvio Cioffi

da Folha de S.Paulo

Em poucas horas, os caminhos turísticos tanto levam ao porto e ao mercado del Puerto como esmiuçam as ruas e praças pacatas da Ciudad Vieja.

Quem parte do porto, onde os singelos armazéns de tijolinhos aparentes vendem produtos artesanais das marcas Hecho Aquí e Manos Uruguayas, logo chega ao mercado, na esquina de Pérez Castellanos e Piedras.

Nesse mercado, folhetos estampam um mapa dos marcos montevideanos. Siga o trajeto e suba para a Ciudad Vieja, indo à igreja de San Francisco (1869), na rua Solís, 1.469, sede do Museu de Arte Colonial.

Adiante, o Museu de Artes Decorativas no palácio Taranco foi construído em 1907 na rua 25 de Mayo, 376.

Depois, na esquina de Washington e Misiones, veja o Museu Histórico Nacional, na Casa de Riveira, lar do primeiro presidente da República Oriental do Uruguai. Na paralela à Washington, depois da igreja Matriz, na Ciudad Vieja, a feira de antigüidades guarda surpresas.

No lado oposto à Matriz, que remonta a 1726, na J.C. Gómez, 1.362, fica o Cabildo, de 1808. Esse prédio abriga o Museu e Arquivo Histórico Municipal.

O prédio era prefeitura quando, em 1830, a Constituição uruguaia foi promulgada. Atravessando o calçadão Sarandí, lojas contemporâneas dividem o espaço urbano com galerias de arte. Na travessa Bacacay, cafés e livrarias convidam a uma parada.

Finalmente o mapa aponta, na esquina de Reconquista, Juncal e Buenos Aires, o teatro Solís, feito de mármore a partir de 1842 -e referendado no mundo da música erudita.

09/08/2007

ANEXO 38: Veja pacotes com aéreo e rodoviário e cruzeiros para Montevidéu (S)

Confira pacotes para Montevidéu. A passagem pode sair por menos de R\$ 500. Pacotes, com aéreo, custam a partir de US\$ 340 por pessoa.

SEM AÉREO

US\$ 196

Duas noites no Four Points by Sheraton, com café da manhã, city tour e traslado. Na Queensberry: 0/xx/ 11/3217-7100; www.queensberry.com.br.

US\$ 267

Duas noites no Sheraton, com passeio e traslados. Na Class Tour: 0/ xx/11/3040-5060; www.classtour.com.br.

COM AÉREO

US\$ 340

Três noites no hotel Tres Cruces, com café da manhã, city tour e traslados. Aéreo: Gol ou Pluna. Na Apex: 0/xx/11/3722-3000; www.apextravel.com.br.

US\$ 367

Duas noites no Crystal Palace, com café, city tour e traslados. Aéreo: Pluna. Na Taks: 0/xx/11/6475-3355; www.takstour.com.br.

US\$ 370

Duas noites no hotel Lafayette, com café da manhã. Aéreo: Pluna. Na Brazilian Summer: 0/xx/11/5096-2230; www.brazilian-summer.com.br.

US\$ 394

Três noites no hotel Balmoral, com café e traslado. Aéreo: Pluna. Na Agaxtur: 0/xx/11/3067-0900; www.agaxtur.com.br.

US\$ 397

Três noites no London Palace, com café, um almoço e traslados. Aéreo: Pluna. Na Nascimento: 0/xx/11/ 3156-9944; www.nascimento.com.br.

US\$ 397

Três noites no hotel América, com café da manhã. Aéreo: Pluna. Na Visual: 0/xx/11/3235-2000; www.visualturismo.com.br.

| | |
|---|-------|
| US\$ | 407 |
| Três noites no Hotel Europa, com café e traslados. Aéreo: Pluna. Na Filhos da Terra: 0/xx/11/3171-2000; www.filhosdaterra.com . | |
| US\$ | 409 |
| Três noites no Dayn Inn, com café, um almoço, city tour e traslado. Aéreo: Pluna. Na Venice: 0/xx/11/ 3062-4499; www.veniceturismo.com.br . | |
| US\$ | 419 |
| Três noites no London Palace, com café, city tour, ida a Punta del Este e traslados. Aéreo: Pluna. Na Alemar: 0/xx/11/3032-5363; www.alemar.com.br . | |
| US\$ | 428 |
| Duas noites no hotel Bamoral, com café e city tour. Na RCA: 0/xx/11/ 3017-8700; www.rcatours.com.br . | |
| US\$ | 429 |
| Três noites no London Palace, com café, city tour, ida a Punta del Este e traslados. Aéreo: Pluna. Na Majestur: 0/xx/11/3021-5008; www.majestur.com.br . | |
| US\$ | 440 |
| Três noites no Meliá, com café e city tour. Aéreo: Pluna. Na Sulamerica: 0/xx/11/3583-0021; www.sulamericaturismo.com.br . | |
| US\$ | 468 |
| Três noites no Crystal Palace, com café, city tour e ida a Punta del Este; Aéreo: Pluna. Na Tereza Ferrari: 0/ xx/11/3831-5622; www.terezaferrariaviagens.com.br . | |
| US\$ | 496 |
| Três noites no London Palace, com café, um almoço, city tour e traslados. Aéreo: Pluna. Na Flot: 0/xx/11/ 4504-4544; www.flot.com.br . | |
| US\$ | 515 |
| Três noites no Meliá Confort, com café da manhã, city tour, ida a Punta del Este e traslados. Aéreo: Pluna. Na Friends in the World: 0/xx/11/ 3098-9403; www.friendsintheworld.com.br . | |
| US\$ | 534 |
| Três noites no hotel Radisson, com café da manhã, city tour e traslados. Aéreo: Gol. Na Maktour: 0/xx/11/ 3818-2222; www.maktour.com.br . | |
| US\$ | 595 |
| Duas noites no Days Inn, em Montevideú, e duas no Tritone Dazzler, em Buenos Aires. Com city tour (em ambas) e café da manhã (apenas em Buenos Aires). Aéreo: TAM. Na Trade Tours: 0/ xx/11/3257-9788; www.tradetours.com.br . | |
| US\$ | 656 |
| Duas noites no hotel Balmoral, em Montevideú, e duas em Buenos Aires, no Argentina Tango. Com café, city tour e traslados nas duas cidades. Aéreo: TAM. Na Tam Viagens: 0/xx/11/3068-7900; www.tamviagens.com.br . | |
| RODOVIÁRIO | |
| R\$ | 2.848 |
| Doze noites, sendo três em Montevideú, duas em Assunção (Paraguai) e em Foz do Iguaçu (PR) e uma em Florianópolis (SC), Porto Alegre (RS), Rosário, Corrientes (Argentina) e Curitiba (PR). Com meia-pensão e guia. Na CVC: 0/xx/11/2191-8410; www.cvc.com.br . | |
| CRUZEIROS COM ESCALA EM MONTEVIDÉU AZAMARANA JOURNEY | |
| US\$ 1.330 | |
| Doze noites. Sai de Santos (11/12) e passa por Punta del Este (Uruguai), Porto Belo (SC), Paraty (RJ), Buenos Aires e outras. | |

US\$ 1.380

Doze noites. Sai de Santos (29/11) e passa por Angra dos Reis (RJ), Buenos Aires, Porto Belo, Rio de Janeiro e outras.

US\$ 1.780

Doze noites. Sai de Santos (10/3) e passa por Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Itajaí (SC) e Buenos Aires.

US\$ 1.830

Doze noites. Sai de Buenos Aires (27/2) e passa por Punta del Este, Porto Belo, Itajaí, Imbituba (SC), Ilhabela (SP) e Rio de Janeiro.

US\$ 2.580

Doze noites. Sai de Buenos Aires (28/1) e passa por Punta del Este, Rio de Janeiro e Santos.

US\$ 2.740

Dezoito noites. Sai de Buenos Aires (9/2) e passa por Ilhas Malvinas, ilha Coronation, ilha Elephant e ilha Deception (Antarctica), cabo Horn e Punta Arenas (Chile), Ushuaia (Argentina) e outras.

SPLENDOR OF THE SEAS

US\$ 1.142

Oito noites. Sai de Santos (20/12) e passa por Buenos Aires, Imbituba, Ilhabela e outras.

US\$ 1.202

Oito noites. Sai de Santos (19/1) e passa por Buenos Aires, Imbituba, Rio de Janeiro e outras.

US\$ 1.252

Oito noites. Sai de Santos (5/1) e passa por Buenos Aires, Imbituba, Porto Belo e outras.

ISLAND STAR

US\$ 649

Oito noites. Sai de Santos (23/2) e passa por Buenos Aires e Florianópolis.

GRAND VOYAGER

US\$ 933

Seis noites. Sai de Santos (27/1) e passa por Punta del Este e Buenos Aires.

US\$ 963

Seis noites. Sai de Santos (21/12) e passa por Punta del Este.

US\$ 1.138

Sete noites. Sai de Santos (5/1) e passa por Punta del Este e Buenos Aires.

US\$

2.257

Catorze noites. Sai de Santos (9/2) e passa por Puerto Madryn, Ushuaia, Port Stanley e outras.

SKY WONDER

US\$ 990

Sete noites. Sai de Santos (2/12, 9/12 e 16/12) e passa por Punta del Este e Itajaí.

US\$ 1.046

Sete noites. Sai de Santos (27/1, 10/2 e 17/2) e passa por Punta del Este e Itajaí.

US\$ 1.080

Sete noites. Sai de Santos (6/1, 13/1 e 20/1) e passa por Punta del Este e Itajaí.

US\$ 1.116

Sete noites. Sai de Santos (23/12) e passa por Punta del Este e Itajaí.

US\$ 1.200

Sete noites. Sai de Santos (3/2) e passa por Punta del Este e Itajaí.

US\$ 1.430

Sete noites. Sai de Santos (30/12) e passa por Punta del Este e Itajaí.

COSTA CLÁSSICA

US\$ 1.249

Onze noites. Sai de Santos (20/1 e 13/2) e passa por Rio de Janeiro, Punta del Este, Buenos Aires e outras.

ONDE COMPRAR

Companhias de cruzeiros: Sun&Sea (Azamarana): 0/xx/11/3156-5600;
www.sunsea.com.br; CVC (Grand Voyager e Sky Wonder): 0/xx/ 11/2191-8410;
www.cvc.com.br; Costa Cruzeiros (Costa Clássica): 0/xx/11/2123-3655;
www.costacruzeiros.com.br.

27/09/2007

ANEXO 39: Veneza: Livros inspiram ida à cidade que recebe 15 mi de turistas ao ano (T)

Thiago Momm - *da Folha de S.Paulo, em Veneza*

Se a praça San Marco é o umbigo de Veneza, ela também já foi o umbigo do mundo. Isso porque Veneza, até que Vasco da Gama mudasse a rota do comércio para o Ocidente, em 1498, era uma república que mandava e desmandava em umbigos alheios.

Mas, para os nativos mais arraigados, continuou assim: "Os verdadeiros venezianos estão convencidos de que as habilidades, artes e ciências do mundo saem, em círculos que enfraquecem à medida que se afastam, da praça San Marco", escreveu a inglesa Jan Morris na década de 1960 em "Venice", livro revisado por ela três décadas depois e considerado pelo jornal "Sunday Times" o melhor já escrito sobre a cidade.

Verdadeira veneziana, uma atendente da livraria Sansovino (praça San Marco, 84; www.libreriasansovino.com) recomendou não apenas "Venice" como outros livros sobre a cidade italiana.

É bastante culpa dela a abordagem deste caderno. E culpa do repórter se a lista de livros sobre Veneza completada posteriormente e distribuída nesta edição omitiu algum grande título.

Se não encontrar nenhuma falta grave, mostre a lista para um veneziano e ele fará isso por você. "Eles nunca resistem à oportunidade de dizer o quanto enganado você está", ensina Jan Morris.

Shakespeare (1564-1616) nunca viajou para lá. Escreveu a partir de relatos. Mesmo assim, "O Mercador de Veneza" e "Otelo, o Mouro de Veneza" (ambos R\$ 10,50 pela ed. Martin Claret) estão entre os livros com que o leitor mais topará se fizer uma busca, nas livrarias, com o nome da cidade.

Também recorrente é "Morte em Veneza", de Thomas Mann (1875-1955), que no caso conheceu o cenário.

Giacomo Casanova nasceu naquela paragem e passou mais de 30 anos nela. É célebre a sua fuga da prisão do palácio Ducale, episódio que narrou na autobiografia. O filósofo francês Jean-Paul Sartre publicou dois ensaios, sobre a cidade e sobre o pintor local do século 16 Tintoretto, reunidos em "O Sequestrado de Veneza".

O escritor inglês Milton Grundy recorreu a 116 livros para produzir "Veneza - O Guia de Antologias", que compila descrições de pessoas e livros famosos.

Inspirada em leituras como as de Grundy, a professora de literatura Tony Sepeda dá aulas na universidade local e conduz tours literários. E até aluga aos turistas uma casa com uma biblioteca especializada em história da arte e em... Veneza.

Estabelecida por aquelas bandas desde 1981, a norte-americana Donna Leon ambientou nelas, de 1992 para cá, nada menos que 16 romances policiais. "Com certeza não sou mais famosa do que Thomas Mann. Mas sim, suponho que sou famosa por escrever sobre Veneza", disse à Folha em entrevista em que explica seu gosto por espalhar cadáveres fictícios por vielas e canais.

Do que Leon não gosta é de turismo abundante. Lamenta os mais de 15 milhões que visitam suas imediações anualmente e inclui nos seus livros resmungos a respeito. Em "Morte no Teatro La Fenice", estampou: "Outrora capital das dissipações de um continente, Veneza se tornou uma cidadezinha provinciana que praticamente deixa de existir depois das nove ou dez da noite. Durante os meses de verão, ela pode lembrar seus dias de gala, enquanto os turistas pagam e o verão dura, mas no inverno torna-se uma velha enrugada e

cansada, desejando apenas ir para cama bem cedo, deixando suas ruas desertas aos gatos e às lembranças do passado".

Thiago Momm viajou a convite da Royal Caribbean

27/09/2007

ANEXO 40: Veneza: Caipirinha a R\$ 42 reflete supremacia de turistas (T)

Thiago Momm - *da Folha de S.Paulo, em Veneza*

O jornalista norte-americano Ambrose Bierce (1842-?) riu dos que se locomoviam sonhando "resolver na cidade "b" os problemas que têm na "a". Mas pode ser justamente essa a primeira impressão do turista que chega a Veneza: achar que, uma vez estabelecido por lá, problemas nunca mais.

Após esperar inutilmente pelo vaporetto em duas estações (depois do entardecer, o barco tem o intervalo mudado em alguns pontos e deixa de passar em outros), o repórter caminhou da piazza San Marco até o terminal de ônibus, no extremo oposto da cidade, na sua conexão terrestre com o mundo.

Em linha reta ou quase, tomaria meia hora; em Veneza, toma mais de uma hora. Não só porque o mapa é um labirinto, com ruelas terminando em paredes, mas porque aquela cisma deixa o turista mais lerdo.

Como disse o arquiteto franco-suíço Le Corbusier (1887-1965), lá o pedestre é dono do território. Moto, carro, caminhão, nada disso existe. Nem bicicletas ou patins são vistos. Nem mesmo, como em Morro de São Paulo (BA), carrinhos de mão servindo como táxi para transportar malas ou crianças.

Sim, mas...

Então junto as trouxas, hipoteco as coisas, mudo para lá e jogo os problemas na laguna?

O garçom de um restaurante próximo da piazza San Marco acaba de fazer o contrário: pagava 900 (R\$ 2.379) para alugar uma peça única, e agora paga, em Mestre, cidade próxima dali, 600 (R\$ 1.584) por um apartamento de dois quartos.

Incomodam os venezianos a "acqua alta", a maré alta que faz soar alarmes e causa prejuízos; os pombos, que já são cerca de 40 mil no centro histórico, um dos poucos locais onde ainda é permitido dar comida a eles; os 18 vendedores de comida aos pombos ali na piazza San Marco, que alimentam essa diversão clichê dos turistas.

Turistas. Turismo em massa. Eis o que não incomoda, e sim enerva os venezianos. Na falta de carros, o morador local é atropelado por uma horda que, como protesta a escritora Donna Leon, admira mais as vitrines que expõem bugigangas turísticas do que a cidade em si.

Enervam os venezianos os efeitos desse turismo em massa, como caipirinhas a 16 (R\$ 42) no Caffé Florian (www.caffeflorian.com), o primeiro café europeu, de 1720. Ainda mais famoso, o Harry's Bar, próximo dali, não cobra menos.

Por isso, o garçom não está sozinho na sua debandada: desde a década de 1960, a população da cidade caiu quase pela metade, de 121 mil para 62 mil habitantes. Colaborou para isso a inundação de 1966, que atingiu quase dois metros de altura e destruiu 16 mil casas, mas também a inundação cada vez maior de visitantes (na alta temporada, são 500

mil por dia), que, ao encarecer a vida local, estimula a fuga de mais de mil moradores por ano.

Por tudo isso a Veneza que o repórter encontrou às 20h, de nativos reunidos em uma praça silenciosa conversando sobre nada e jogando bola enquanto o sol sumia, é apenas parte da realidade. É a que ilude o viajante e o torna alvo da piada de Ambrose Bierce.

Thiago Momm viajou a convite da Royal Caribbean

07/09/2007

ANEXO 41: Veneza: Confira opções de pacotes para a cidade (T)

Roteiros para o destino custam a partir de US\$ 1.169; há ainda opções de viagem incluindo outras cidades

Só Veneza

US\$ 1.169

Cinco noites de hospedagem no hotel Ambra, com café da manhã. Na Apex: 0/xx/11/3722-3000; www.apextravel.com.br.

US\$ 1.177

Quatro noites no hotel Club, com café da manhã. Na Transiberica: 0/ xx/11/3237-2522; www.transiberica.com.br.

850 euros

Quatro noites no hotel Diana, com café. Na CVC: 0/xx/11/2146-7011; www.cvc.com.br.

US\$ 1.458

Sete noites no hotel Sole, com café da manhã. Na Venice: 0/xx/11/ 3062-4499; www.veniceturismo.com.br.

US\$ 1.817

Seis noites no hotel Centrale-Veneza Mestre, com café da manhã. Na Flot: 0/xx/ 11/ 4504-4544; www.flot.com.br.

US\$ 1.893

Sete noites no hotel Continental, com café e city tour. Na Alemar: 0/ xx/11/ 3815-7585; www.alemar.com.br.

US\$ 2.077

Cinco noites de hospedagem no hotel Firenze, com café da manhã. Na RCA: 0/xx/11/3017-8700; www.rcaturismo.com.br.

Com outras cidades

US\$ 1.940

Duas noites em Veneza, duas em Florença e três em Roma, com café e passeios. Na New Age: 0/xx/11/ 3138-4888; www.newage.tur.br.

1.683 euros

Oito noites passando por Milão, Verona, Veneza, Padua, Pisa, Florença, Siena e Roma. Com café e passeios. Na Designer: 0/xx/11/2181-2900; www.designertours.com.br.

1.828 euros

Oito noites passando por Milão, Pisa, Florença, Assis, Roma e Veneza. Com café e passeios. Na Raidho: 0/ xx/11/ 3383-1200; www.raidho.com.br.

US\$ 2.675

Duas noites em Milão (no Splendido), duas em Florença (no Raffaello), duas em Veneza (no

Continental) e três em Roma (no Beverly Hills). Com café e quatro jantares e passeios. Na Vivere: 0/xx/11/3124-7100; www.vivere.com.br.

US\$

3.065

Seis noites passando por Veneza, com hospedagem no Splendid Suisse, Florença, no Ambasciatori, e Roma, no Londra&Cargill. Com café. Na Soft Travel: 0/xx/11/3017-9999; www.softtravel.com.br.

2.880 euros

Sete noites passando por Veneza, com hospedagem no Colomba d'Oro, e Verona, no Locanda Vivaldi. Com café e passeios. Na Tereza Ferrari: 0/xx/ 11/3831-5622; www.terezaferariviagens.com.br.

Terça-feira, 2 de outubro de 2007, - O Estado de S.Paulo
ANEXO 42: União de esforços para proteger paraísos (U)

Operadoras encampam iniciativas de preservação, se dedicam a cuidar de destinos em perigo e criam grupo internacional ligado à ONU

Adriana Moreira

Fazer do turismo uma atividade sustentável, e não apenas rentável a curto prazo. Esse desafio se tornou tão urgente que as empresas do setor criaram uma entidade internacional para enfrentá-lo. A Comissão de Operadoras para o Turismo Sustentável (TOI, na sigla em inglês) agrega empresas que se comprometem a atuar de forma ambiental e socialmente correta, além de combater o turismo sexual.

Trata-se de uma questão de sobrevivência para as operadoras, já que os lucros dependem de os destinos manterem sua capacidade de atrair viajantes. Entre os membros permanentes da TOI estão a ONU, a Unesco e a Organização Mundial do Turismo (OMT), além de 18 operadoras - entre elas, a brasileira Freeway. O proprietário, Edgar Werblowsky, é um dos diretores da comissão. Ele conta que o grupo acaba de fechar acordo de cooperação com a WWF, que está entre as maiores redes de preservação ambiental do mundo, com atuação em mais de 70 países.

Por sugestão de Werblowsky, uma das propostas que devem receber atenção do TOI é a de fazer de Itacaré, na Bahia, um destino sustentável. Ele diz que a cidade está em situação limite. "O crescimento acelerado e o não envolvimento da comunidade nas atividades econômicas pode levar à degradação do destino e, a longo prazo, à diminuição nos lucros das empresas envolvidas com turismo na região." A solução, ele diz, seria priorizar a cidade como um destino de ecoturismo, e não de sol e praia.

APOIOS

Além da Freeway, outras empresas brasileiras buscam meios para diminuir o impacto das suas atividades no meio ambiente e torná-las um fator de desenvolvimento nos destinos. Israel Waligora, da Ambiental Expedições, cita como exemplo o fato de que a operadora não abre mão de contratar guias locais. "É uma forma de incorporar a comunidade no processo e oferecer ao turista conhecimento genuíno", diz.

A Ambiental também apóia projetos locais como a cooperativa de reciclagem de lixo de Bonito (MS), a criação de abelhas nativas na Amazônia e o Florestas do Futuro, ligado à ONG SOS Mata Atlântica. "O turista é convidado a fazer doações para o plantio de árvores e, dessa forma, ajudar a neutralizar a emissão de carbono referente à sua viagem. Sabemos que se trata de um paliativo, mas é uma forma de atrair a atenção do visitante para o problema ambiental", diz Waligora.

Jota Marincek, da Venturas & Aventuras, conta que a atuação mais forte da empresa está na qualificação dos prestadores de serviço da região da Chapada Diamantina, na Bahia.

"Meu cliente não quer apenas viajar, mas está em busca de uma experiência", diz. Quem vai ao Vale do Pati, por exemplo, hospeda-se na casa de nativos. "É uma solução boa para o turista, que ganha em conforto, para a comunidade, que pode contar com uma fonte de renda, e para a operadora".

11/10/2007 - 10h08

ANEXO 43: Emirados Árabes: Dubai vira paraíso de arquitetos e endinheirados (V)

Julio Abramczyk - da Folha de S.Paulo, em Dubai

Dubai é um paraíso no deserto para os arquitetos. Dinheiro para projetos arrojados não falta. A cidade é quase toda um imenso canteiro de obras

Entrecortada por amplas avenidas, Dubai é um dos sete emirados árabes reunidos desde 1971, dois anos após a descoberta de petróleo na região. Um emirado é um Estado governado por um emir, título dos soberanos muçulmanos.

Com a riqueza do petróleo (previsto para esgotar nos próximos anos), os dirigentes estão fazendo do antigo e modesto posto de mercadores um imponente centro de comércio e turismo no Oriente Médio.

Construíram e financiaram a construção de edifícios e hotéis modernos, lançaram competições esportivas internacionais e criaram áreas específicas para atração de visitantes, como o centro de comércio internacional. Para turistas à procura de novas emoções, oferecem esquiar na neve ou passear nas dunas do deserto e usufruir da hospitalidade dos beduínos.

O Mall dos Emirados, com 400 lojas e perfumarias também encontradas em Londres e Paris, tem ainda o Ski Dubai em seu interior, com pistas de esqui dentro de uma gigantesca tubulação que fabrica neve ininterruptamente.

No gigantesco tubulão do Ski Dubai a temperatura está em -2 °C, mas nas ruas e avenidas é de 40 °C de dia e 31 °C à noite.

A Dubailândia, destinada para lazer e entretenimento, com uma área que é o dobro da Disney World, em Orlando (EUA), estará completada dentro de dez anos. Em julho, o jornal "El País" registrou nova moda entre os multimilionários de Dubai, para quem iates e Bugattis são coisas do passado.

Esses clientes especiais podem escolher, a preços de 8 milhões a 58 milhões (R\$ 20 milhões a R\$ 133 milhões), 14 modelos de luxo de minissubmarinos construídos nos Emirados, com um alcance de aproximadamente 5.500 km.

No Departamento de Turismo e Marketing de Dubai dizem desconhecer uma fábrica desses iates submersíveis.

Julio Abramczyk redator-médico da Folha, viajou a convite da Emirates Airlines

11/10/2007

ANEXO 44: Emirados Árabes: Arranha-céu mais alto do planeta terá 162 andares (V)

Julio Abramczyk - da Folha de S.Paulo, em Dubai

O futuro prédio mais alto do mundo, o Burj Dubai, previsto para ter 807,7 metros de altura, ainda está no 154º andar -de um total previsto de 162.

Além do Burj Dubai, há planos de construir outros arranha-céus. O Al Burj, que ainda não saiu das pranchetas, deverá ter 1.050 metros em 200 andares. O Pentominium, residencial, deve ser erguido até 2010, com 120 andares e 516 metros.

Esses três prédios são os destinados a superar o Taipei 101 (em Taipé, capital de Taiwan), hoje o mais alto do mundo.

Mas ainda há outras construções de porte. O Burj Al Alam, com 484 metros de altura e 108 andares, está em obras e deve ficar pronto em 2011.

A Al Habtoor Tower foi proposta com cem andares e tem conclusão prevista para 2010.

A Damac Heights, estritamente residencial, deverá ter 460 metros distribuídos em 106 andares. Não há previsão de início das obras.

Os trabalhadores das construções em sua maioria são paquistaneses e hindus, originários de regiões com temperatura similar à dos Emirados. Apesar disso, o problema da hipertermia atingiu a muitos operários no passado, o que motivou o serviço de saúde a regulamentar períodos para descanso.

Desidratação

Para prevenir a exaustão e evitar a desidratação, os operários ingerem em média de 6 a 8 litros de água durante as oito horas de trabalho diário. Também tomam bebidas quentes e evitam água gelada. O número de pessoas hospitalizadas pela alta temperatura no exercício da profissão diminuiu 70% após a introdução dos períodos de descanso regulamentados pelo Ministério do Trabalho.

A maior parte das ocorrências relacionadas à exaustão provocada pelo calor foi observada em homens entre 25 e 44 anos. Alguns apresentavam com queimaduras provocadas pelo sol e câibras.

1/10/2007

ANEXO 45: Emirados Árabes: Tamareiras disputam espaço com obras (V)

Julio Abramczyk - da Folha de S.Paulo, em Dubai

Nas avenidas de Dubai é onipresente uma palmeira nativa em todas as regiões do Oriente Médio. São as tamareiras, que crescem em solo arenoso e passam muito bem em clima quente e seco. Seus frutos, as tâmaras, são muito nutritivos e brotam de seis a dez anos após o seu plantio. A tamareira pode produzi-los por até cem anos.

Além das tamareiras, as construções chamam a atenção. Por todos os lados e nas amplas avenidas que mais parecem estradas, há construções sendo iniciadas ao lado de outras recém-concluídas.

O boom das construções começou há sete anos, mas ainda hoje o número é tão grande que é freqüente o comentário de que ali está a maior concentração mundial de guas. Os prédios comerciais ficam na avenida Sheik Zayed, ao lado da rotatória número um. É uma das mais longas avenidas do emirado. Começa no centro da cidade, passa pela costa de Dubai e alcança a estrada para o emirado de Abu Dhabi, capital do país. Em seu percurso, a partir de rotatória número um, estão os edifícios do Dubai World Trade Center, de 39 andares, construído em 1979; do Emirates Towers e do Centro Financeiro Internacional de Dubai.

Na rotatória número quatro está o Mall of the Emirates, com pistas de esqui e, adiante, a universidade Americana e três áreas denominadas Cidade do Conhecimento, Cidade da Imprensa (onde estão TVs, jornais e rádios) e Cidade da Internet.

Poucos quilômetros à frente surgem a residência Jumeirah Praia e a marina Dubai, próximas de Madinat Jumeirah (Cidade Jumeirah), um resort de frente para o mar que reproduz a arquitetura árabe tradicional.

Em Jumeirah está também The Palm-Jumeirah (A Palmeira Jumeirah), uma ilha artificial em forma de palmeira, com prédios de apartamento e áreas de lazer. Um apartamento de 160 m² neste eixo custa US\$ 500 mil. As oito folhas de cada lado da palmeira formam terrenos para casas com frente para o mar. Há ainda projetos para a construção de outras ilhas artificiais, como a The Palm Jebel Ali e o conjunto de ilhas The World, em que cada ilha tem a forma de um país ou continente.

11/10/2007 - 10h16

ANEXO 46: Emirados Árabes: Confira preços de pacotes para Dubai (V)

Julio Abramczyk - da Folha de S.Paulo, em Dubai

Confira alguns pacotes para Dubai. Os preços são por pessoa, em quarto duplo.

Sem aéreo

US\$ 417

Quatro noites no Hotel Regal Plaza, com café da manhã. Reservas: 0/xx/11/3237-2522; www.transiberica.com.br.

Com aéreo

US\$ 1.799

Seis noites no Hawthron. Reservas: 0/xx/11/3722-3000; www.apextravel.com.br.

US\$ 1.819

Seis noites no Hawthron, em quarto duplo. Reservas: 0/xx/11/3062-4499; www.veniceturismo.com.br.

US\$ 1.990

Seis noites no hotel Landmark, com café da manhã. Reservas: 0/ xx/11/3583-0021; www.sulamericaturismo.com.br.

US\$ 1.953

Seis noites no hotel Landmark, com café. Reservas: 0/ xx/11/3815-7585; www.alemar.com.br.

US\$ 2.173

Seis noites no Arabian Courtyard, em quarto duplo, para saídas entre 30/ 11 e 8/12, com café da manhã. Reservas: 0/xx/11/3068-9403; www.friendsintheworld.com.br.

US\$ 2.513

Seis noites no Sheraton Creek, com café. Reservas: 0/xx/41/3323-4007; www.bwtoperadora.com.br.

US\$ 2.581

Seis noites no hotel Carlton Tower, com café, city tour, passeio no deserto e ida a Abu Dhabi e Al Ain. Reservas: 0/xx/11/3156-9944; www.nascimento.com.br.

US\$ 2.888

Sete noites no Shangri-La Hotel, por pessoa, com café. Reservas: 0/xx/11/2181-2900; www.designertours.com.br.

US\$ 2.895

Cinco noites em Dubai, uma em Fujairah e uma em Al Ain, com café, três jantares e visitas ao Friday Market, mesquita de Bydiya, oásis Bithna, sítio arqueológico de Hili, Camel Market e museu do Palácio de Al Ain. Reservas: 0/xx/11/3138-4888; www.newage.tur.br.

- US\$** **2.980**
Seis noites no Kempinski Hotel Mall of the Emirates, com café e passeio ao Museu de Dubai. Reservas: 0/xx/11/5571-2525; www.ciaecoturismo.com.br.
- US\$** **2.999**
Oito noites no Carlton Tower, com café e traslados. Reservas: 0/xx/11/3021-5008; www.majestur.com.br.
- US\$** **4.208**
Pacote de Réveillon de seis noites no Majestic Tower, com pensão completa (exceto no dia de chegada), traslados e cruzeiro com show na baía de Dubai, com jantar a bordo. Reservas: 0/xx/11/3383-1200; www.raidho.com.br.

04/10/2007

ANEXO 47: São Petersburgo: Cravada na Rússia, cidade optou por ocidentalização (X)

Tuca Vieira - da Folha de S.Paulo, em São Petersburgo

Pedro escolheu um lugar estratégico, expulsou os inimigos e construiu ali uma fortaleza.

Contratou os melhores urbanistas e arquitetos disponíveis e trouxe milhares de trabalhadores das regiões mais distantes. Eles limparam os terrenos, drenaram os pântanos, construíram ruas, edifícios, canais, portos, aterros e represas, a grande custo financeiro e humano. Pedro transferiu a capital para esse lugar, moveu os órgãos públicos, obrigou a nobreza a edificar palácios e fundou uma academia de ciências. Proibiu construções semelhantes no resto do país. Fez tudo por decreto, porque podia.

Com tempo e perseverança, essa cidade cresceu, tornou-se economicamente importante, reuniu belezas arquitetônicas e museus grandiosos. Atraiu estudantes, intelectuais e artistas e tornou-se palco de transformações políticas que abalaram o resto do mundo. Depois caiu no esquecimento, resistiu bravamente aos invasores até ser redescoberta como uma das mais belas cidades do mundo.

Em 300 anos de vida passou por três regimes e teve muitos nomes, o primeiro igual ao último: São Petersburgo. Embora pareça ter saído da imaginação de algum escritor de fábulas, a história da cidade criada pelo czar Pedro, o Grande (1682-1725), dispensa fantasia. Os dramas e as belezas da cidade podem ser comprovados e sentidos à primeira vista.

A identidade da cidade deve muito à sua origem, que deu as costas para uma Rússia secular e colocou os olhos em direção ao Ocidente das novas oportunidades. Até mesmo o último czar, Nicolau 2º, fez questão de lembrar: "São Petersburgo é na Rússia, mas não é russa".

São Petersburgo foi desenhada com a racionalidade da geometria num plano de ruas retas e num sistema de canais e ilhas. Grandes perspectivas se abriram, ressaltando a horizontalidade geográfica. Os enormes palácios parecem pequenos diante do gigantismo visual que a cidade proporciona.

Artificialidade e originalidade sempre estiveram juntas por lá. Os esplêndidos edifícios da nova capital, o traçado das ruas e a vida social foram importados da Europa, mas a literatura, a música e os eventos políticos que a cidade gerou são difíceis de imaginar em outro lugar.

Essa modernização imposta de cima para baixo criou um ambiente único de tensão social e riqueza intelectual. Foi lá que Púchkin, Dostoiévski e Gógol escreveram. Lá, Tchaikovsky, Stravinsky e Shostakovich compuseram.

Muitos lugares estão associados a personalidades: Catarina, a Grande, vivia com exuberância em Tsarskoe Selo. Rasputin foi assassinado no palácio Yusupov. Púchkin escreveu seu "Cavaleiro de Bronze" inspirado no monumento a Pedro, o Grande, na praça dos Dezembristas. Dostoiévski ambientou "Crime e Castigo" na região da praça Sennaya. Lênin chegou do exílio na estação Finlândia.

Some-se a isso a beleza natural. Plantada nos pântanos onde o rio Neva (que significa "lama") se encontra com o golfo da Finlândia e dá acesso ao mar Báltico, São Petersburgo é a maior cidade do mundo ao norte de Moscou. Sua latitude gera longas noites de inverno e longos dias de verão. E entre junho e julho, a noite é tão curta que praticamente deixa de existir -é quando são celebradas as famosas "noites brancas".

Hoje, a cidade tira proveito de sua riqueza histórica e cultural. Turistas do mundo todo vêm apreciar as obras do museu Hermitage, assistir aos espetáculos de balé no teatro Mariinsky ou cair na vida noturna.

Enquanto isso, a população revela a vocação cosmopolita de São Petersburgo, tratando os visitantes com naturalidade. Receber estrangeiros é também a razão de ser local. São Petersburgo vai além da Rússia e é muito mais do que o parque temático que muitas cidades da Europa se tornaram.

A cidade utópica, inventada e reinventada em tão pouco tempo, revela aquilo que o ser humano tem de pior e de melhor. Uma viagem a São Petersburgo ensina mais sobre o que está à nossa volta do que sobre o lugar propriamente visitado.

São Petersburgo, ou Petrogrado, ou Leningrado, ou São Petersburgo novamente, parece o laboratório que homem escolheu para testar os limites de sua capacidade de criação.

Tuca Vieira viajou a convite da Tchayka

04/10/2007 - 10h49

ANEXO 48: São Petersburgo: Acervo do museu Hermitage pede tour de 11 anos (X)

Rubens Valente - da Folha de S.Paulo, em São Petersburgo

A guia e intérprete russa Natalia Startseva, 23, uma fã de Machado de Assis que adora o Rio de Janeiro, costuma atender ao pedido para que a vastidão do museu Hermitage seja conhecida em duas horas.

Esse é o tempo médio que as hordas de turistas levam --alguns verdadeiramente correndo-- para apreciar apenas as obras-primas do acervo. Para Natalia, especialista em arte e guia credenciada pelo Estado russo para trabalhar no museu, isso soa como uma heresia.

Uma das glórias do país, patrimônio arquitetônico e artístico mundial, o museu de São Petersburgo (ex-Leningrado), um dos maiores do mundo, requer tempo e disposição para ser desbravado. Além disso, paciência para entender a falha organização das salas e, se possível, o socorro de um intérprete, já que boa parte das placas identificadoras das obras está apenas em alfabeto cirílico.

Para o turista interessado em arte, dois dias de visita, ou 14 horas, ainda são insuficientes para a contemplação das centenas de destaques desse que é o maior rival do Louvre, em Paris, em grandeza física e exuberância artística. São 1.057 salas e 117 escadarias.

"Por aqui dizemos que se um visitante gastasse um minuto para olhar cada item exposto, levaria 11 anos", diverte-se Lana, funcionária do museu.

FHC fez tour-relâmpago

O museu é sediado no antigo Palácio de Inverno, a residência oficial dos czares. Começou a ser construído em 1754 e ganhou ampliações e anexos ao longo do tempo, acabando por se constituir num complexo de cinco edifícios que se interligam. A coleção de arte compreende os três andares do edifício principal, o Palácio de Inverno propriamente dito, e os dois andares do Pequeno e do Grande Hermitage.

É possível preencher algumas páginas de jornal só descrevendo os tesouros que um turista apressado perde ao reduzir o Hermitage a 120 minutos de passeio --exemplo ilustre:

a imprensa registra que, em 1994, o então presidente eleito, Fernando Henrique Cardoso, percorreu o Hermitage em duas horas e meia.

O museu, que o guia "Lonely Planet" define, sem medo de exagero, como sem paralelo no mundo --"existem galerias de arte, existem os museus, existem os grandes museus e, então, existe o Hermitage"--, é também um absurdo numérico. Ao todo, são 3 milhões de obras de arte, dos quais apenas 20% estão em exposição.

Os 800 quadros de pintura italiana e cem de pintura espanhola ficam obscurecidos pela impressionante coleção impressionista e pós-impressionista francesa, com 36 obras de Henri Matisse (1869-1954), 37 de Pablo Picasso (1881-1973), 15 de Paul Gauguin (1848-1903), quatro de Van Gogh (1853-1890), oito de Monet (1840-1926), e por aí afora.

Apenas a coleção holandesa e flamenga do Hermitage, disposta em seis grandes salas, num total de 500 obras, renderia um museu à parte, capaz de fazer frente ao Rijksmuseum de Amsterdã. São 37 quadros de Peter Paul Rubens (1577-1640), 22 de Antoon Van Dyck (1599-1641) e 22 de Rembrandt (1606-1669), incluindo uma bela versão de sua "Descida da Cruz" (1634) e a obra-prima "O Retorno do Filho Pródigo" (1663/1665) -passando por uma "Brazilian Landscape" (Paisagem Brasileira), de Frans Post (1612-1680), adquirida em 1939. A notável ausência é Johannes Vermeer (1632-1675).

Os turistas se acotovelam, e aqui com toda razão, para apreciar a "Diana", de Rembrandt, famosa pela qualidade intrínseca mas também por ter sido alvo, em 1985, de um maníaco que a atacou com ácido sulfúrico e duas punhaladas. O trabalho de restauração, que se prolongou por 12 anos, não foi suficiente para apagar os vestígios do ato de vandalismo.

A poucos metros dali, contudo, passam despercebidos os feitos ainda hoje notáveis de dois mestres em natureza morta, Pieter Claesz (1597-1661) e Willem Claesz (1594-1682).

A única obra no museu de um pintor chamado Jan Mandjin, ativo no século 16 na Antuérpia, chamada "Paisagem da Lenda de São Cristóvão", surpreende, pela similitude, os admiradores de Hieronymus Bosch (século 16).

Desorganização

Visitar o Hermitage é passear pela história concisa de vários séculos de arte. Após uma sala com cinco imensas pinturas de Giambattista Tiepolo (da série original de dez obras do artista, as outras estão em museus de Viena e Nova York), o visitante chega às duas madonas de Leonardo Da Vinci (1452-1519), dois destaques do acervo. Na "Madona com uma Flor" (1478-1480), também conhecida como "Madona Benois", por causa do nome da família do arquiteto russo que detinha a obra, Da Vinci retratou na mão da criança Jesus uma flor em forma de cruz, como se o bebê tivesse previsto o destino que o aguardava.

Se a riqueza do acervo e a beleza da construção são unanimidades, a organização do museu algumas vezes parece ser caótica. A inconstância é a marca. Em meados de abril, a Folha encontrou trancadas diversas salas de arte russa e duas salas da pintura italiana, sem qualquer aviso prévio ou explicação. Por outro lado, achou uma sala, a de número 65, que simplesmente não aparece nos mapas entregues aos turistas na entrada do museu.

Além da dificuldade com o idioma --em várias salas existe apenas o cirílico--, o turista terá problemas com a numeração das salas. Muitas vezes passa de um aposento a outro sem saber seus números, o que não lhe permite, ao checar a planta entregue na portaria, saber onde está. Mas, ao ver-se cercado de tantas obras-primas, isso fará alguma diferença? Quase nenhuma, pelo prazer proporcionado aos sentidos pelo triunfo russo chamado Hermitage.

Museu Hermitage

Praça do Palácio, de ter. a sáb., das 10h30 às 18h; e aos dom., das 10h30 às 17h. Quanto: 350 rublos (R\$ 26); mais 100 rublos (R\$ 7,50) para uso de câmera fotográfica e mais 350 rublos (R\$ 26) para uso de câmera de vídeo; tel.: 00/xx/7/812/571-3420; www.hermitagemuseum.org.

4/10/2007 - 10h57

ANEXO 49: São Petersburgo: Confira opções de pacotes para a cidade russa

Confira opções de pacotes para São Petersburgo. Os preços são por pessoa, em quarto duplo.

Só terrestre

910 euros

Cinco noites em São Petersburgo e Moscou, com café. Na RCA: 0/xx/11/3017-8700; www.rcaturismo.com.br.

US\$ 1.395

Doze noites, passando por São Petersburgo, Moscou, Sérguiev Possad, Vladímir e Súzdal, com café da manhã e três refeições. Na Pisa: 0/xx/11/5052-4085; www.pisa.tur.br.

1.199 euros

Três noites em São Petersburgo e três em Moscou, com café e quatro refeições. Na Rosa Massoti: 0/xx/11/3308-3000; www.rosamassoti.com.br.

Com aéreo

1.275 euros - Três noites em São Petesburgo e duas em Moscou, com café da manhã e tours. Na Beeline: 0/ xx/11/3171-1544; www.beeline.com.br.

US\$ 1.830 - Nove noites, passando por São Petersburgo, Moscou, Súzdal e Yaroslavl, com café da manhã e cinco refeições. Na Friends: 0/ xx/11/3068-9403; www.friendsintheworld.com.br.

1.709 euros - Quatro noites, com café da manhã e tours. Na Designer: 0/xx/ 11/2181-2900; www.designertours.com.br.

US\$ 2.690 - Cinco noites, sendo três em São Petesburgo e duas em Moscou, com café e tour. Na Sulamerica: 0/xx/11/3583-0021; www.sulamericaturismo.com.br.

US\$ 2.710 - Três noites em São Petesburgo e duas em Moscou, com café. Na New Age: 0/xx/11/3138-4888; www.newage.tur.br.

US\$ 2.717 - Cinco noites, passando por São Petesburgo e Moscou, com café da manhã e tour. Na Revytour: 0/xx/11/6169-9198; www.revytour.com.br.

US\$ 2.719 - Três noites em São Petesburgo e duas em Moscou, com café e tours. Na Venice: 0/xx/11/ 3062-4499; www.veniceturismo.com.br.

US\$ 2.969 - Seis noites, sendo três em São Petesburgo e três em Moscou, com café da manhã e tours. Na Intravel: 0/xx/11/3206-9000; www.intravel.com.br.

US\$ 3.815 - Nove noites, com café da manhã, tours e cinco refeições. Na Alemar: 0/xx/11/3815-7585; www.alemar.com.br.

US\$ 3.913 - Onze noites, passando por São Petesburgo, Moscou, Yaroslavl, Kostroma e Súzdal, com café e quatro almoços. Na BWT: 0/ xx/41/3323-4007; www.bwtoperadora.com.br.

Terça-feira, 4 de Dezembro de 2007

ANEXO 50: Lhasa, a capital do Tibete, é hoje uma cidade “chinesa” (Y)

Caio Vilela – da Folha de São Paulo, no Tibete

Dos cerca de 300 mil habitantes de Lhasa, a capital da região autônoma do Tibete, menos de um quarto são tibetanos. A grande maioria da população é de origem chinesa. A cidade cresce em ritmo acelerado.

Há novas construções por toda a parte, e as fachadas e a organização urbana fariam qualquer um confundi-la com qualquer outra metrópole chinesa, não fosse pelo bairro do Barkor, onde moram as minorias tibetanas e os poucos muçulmanos.

Palácio de Potala, uma das maiores atrações de Lhasa, no Tibete

Os chineses também ocupam praticamente todos os cargos públicos e os empregos mais importantes, como professores, bancários e policiais. Aos tibetanos, sobram as ocupações no pequeno comércio, empregos de motoristas de táxis e de guias de turismo.

O turismo pela capital, e em toda a região, começou nos anos 80, mas tem crescido ano a ano. O diretor do Escritório de Turismo do Tibete, Liao Lisheng, estima que o faturamento do setor tenha crescido 30% somente no último ano. Os turistas que chegam diariamente ao aeroporto de Lhasa somados aos que desembarcam pela recém-construída ferrovia que liga a capital tibetana a Pequim passaram de 1.000, no ano passado, para 4.000 este ano.

Segundo o site do governo chinês relacionado ao turismo no Tibete, a região recebeu 2,5 milhões de turistas no ano passado, dos quais apenas 154.800 eram estrangeiros. Neste ano, 3 milhões são esperados até que a temporada termine na primeira semana de outubro. E, para 2010, espera-se registrar 10 milhões de visitantes, uma taxa de crescimento do volume de turismo superior à de qualquer outra da China.

Vista noturna do Palácio de Potala, antiga residência dos Dalai Lamas, no Tibete

Nem por isso visitar a herança tibetana na cidade é tarefa fácil. "Para conhecer o interior do palácio de Potala [antiga residência dos Dalai Lamas e uma das maiores atrações de Lhasa], é preciso ter conexões", diz a turista australiana Angela Butler. Para comprar por US\$ 14 o ingresso na bilheteria, o visitante deve enfrentar uma fila que se estende por 150 metros, onde turistas se aglomeram durante a madrugada para conseguir um ingresso para o dia seguinte.

Durante a alta temporada, agentes de turismo contratam gente para pernoitar na fila e conseguir ingressos, que depois serão vendidos pelo dobro do preço a quem estiver disposto a pagar.

Butler enfrentou sete horas e meia de fila, a partir das 4h da manhã, para conseguir, às 11h30, uma visita agendada para 16h20 do dia seguinte. Decepcionou-se com o que viu. "Os turistas podem ficar no máximo uma hora no palácio, e não é permitido tirar fotos. Um guia oficial do governo acompanha os turistas por apenas 4 dos 20 pisos do edifício e tudo é visto às pressas."

Seguranças na entrada do Potala informam que a limitação é necessária para acomodar o número de turistas interessados em visitar o palácio.

12/05/2007

ANEXO 51: Havaí usa traje casual todo dia da semana (W)

Ana Lucia Busch e Caio Vilela - enviados especiais ao Havaí

No arquipélago mais isolado do mundo, a mais de 4.000 km do continente mais próximo, a natureza peculiar, a riqueza da cultura e o espírito relaxado do Havaí encantam escritores, poetas e exploradores há mais de 200 anos. Ali, quase esquecidos no meio do Pacífico, as rosas não têm espinhos, vulcões cospem fogo sem trégua e ondas gigantes se erguem do mar.

Alheios aos caprichos da natureza, os habitantes saúdam uns aos outros com seu simpático "aloha", palavra que, além de "bem-vindo", "oi" e "tchau", "paz" e "amor", significa todo o espírito das ilhas ao evocar as bênçãos e as dádivas divinas.

Mesmo na cosmopolita capital, Honolulu, na ilha de Oahu, somente marinheiros de primeira viagem saem às ruas com ternos ou camisas formais.

No ritmo do arquipélago, todo dia da semana é casual, e as vestes largas e confortáveis, em tecidos decorados com frutas tropicais, coqueiros e dançarinas de hula, são objeto de desejo do mais yuppie dos havaianos.

Eles colecionam tudo que surge no estilo das chamadas -não sem motivo- "aloha shirts", ou camisas "aloha".

Ao primeiro sinal do fim do expediente, todo mundo corre para a praia. Crianças, velhos, jovens, homens e mulheres se aglomeram na areia com a prancha debaixo do braço, deixando bem claro que o surfe é realmente o esporte nacional.

Iniciantes titubeiam meio sem jeito em águas quase paradas, e ídolos mundiais disputam espaço entre as ondas que chegam a 20 m de altura no inverno.

No interior das ilhas, trilhas isoladas percorrem enormes gargantas cavadas pela ação do vento, das chuvas e de gigantescos deslizamentos de terra que tornearam os contornos desse arquipélago vulcânico. Rios emoldurados por bananeiras e samambaias gigantes são alimentados por centenas de cachoeiras que brotam do alto das montanhas.

Resorts luxuosos exibem seus restaurantes finos e campos de golfe bem ao lado das plantações de abacaxi, das enormes fazendas de gado ou dos campos de taro, um tubérculo que, semelhante ao inhame, compõe a base da alimentação local.

Nas estradas, automóveis caindo aos pedaços, lotados de surfistas em busca da fama, dividem espaço com os esportivos conversíveis dos turistas.

Tal diversidade faz do Havaí um paraíso inesgotável. Nas ondas de Oahu, nos vulcões da ilha do Havaí, nas praias de Maui ou nos cânions de Kauai, o inesperado é a regra, e cada canto inexplorado, o início de uma nova aventura.

Ana Lucia Busch, diretora-executiva da folha online, e o fotógrafo Caio Vilela viajaram a convite do Hawaii Visitors and Convention Bureau, dos hotéis Outrigger/Ohana, da Soltur Inc. e da Alamo Rent a Car.

12/05/2007

ANEXO 52: Luaus apresentam hula para turista

Ana Lucia Busch - diretora-executiva da Folha Online

Isolada do mundo até o final do século 18, a cultura havaiana praticamente desapareceu após o primeiro contato com a civilização ocidental. Com a expedição do explorador inglês James Cook em 1778, chegaram ao arquipélago doenças que dizimaram a

população nativa nas décadas seguintes. Hoje os nativos puros havaianos correspondem a menos de 1% dos habitantes das ilhas.

Sem registros escritos, muitas tradições, transmitidas oralmente de geração para geração, ficaram adormecidas até o século 19.

Nessa época, um movimento de renascimento da cultura local coincidiu com a chegada de missionários norte-americanos e transformou a língua falada em escrita, com um alfabeto de 12 letras, sendo cinco vogais e sete consoantes (h, k, l, m, n, p, w).

Hoje, escolas de hula existem por todo o Estado, e a língua havaiana é ensinada nas escolas com o inglês. Mas as poucas oportunidades de conhecer a dança, a música e os costumes do arquipélago estão nos festivais e nos luaus, preparados para os turistas.

Nessas festas, mulheres vestidas com saias de folhas de ti (uma planta nativa) ou de palha e homens com o corpo tatuado dançam a música tradicional.

Visitantes enfeitados com colares de flores que recebem logo na entrada dançam junto, trançam artefatos de palha, saem para o mar em canoas tradicionais, as "outriggers", e provam os pratos típicos havaianos.

Várias companhias privadas operam luaus diariamente em quase todas as ilhas.

Quem quer conhecer um pouco mais da cultura polinésia, dentro e fora do Havaí, deve visitar o Polynesian Cultural Center (www.polynesia.com).

Em um ambiente que lembra um pouco a Disney, várias "aldeias" demonstram hábitos e artesanato do Havaí, do Taiti, de Samoa, das ilhas Fiji, da Nova Zelândia, de Tonga e das ilhas Marquesas.

12/05/2007

ANEXO 53: Distância e falta de transporte público exigem viagens de carro pelo Havaí (W)

Ana Lucia Busch – diretora-executiva da Folha Online

Embora cada uma das ilhas do Havaí seja relativamente pequena, a falta de transporte público limita a visita às praias mais distantes, aos vales isolados e às estradas cênicas a quem resolve se juntar a um grupo organizado de turistas ou a quem tenha carro próprio.

Nenhuma opção é barata. O aluguel de carro no arquipélago é um dos mais caros do mundo, mas a única forma de conhecer estradas, lotadas por carros conversíveis e veículos de tração nas quatro rodas. Veja a seguir uma relação dos mais belos roteiros:

Em Maui

Uma estradinha sinuosa, construída em 1926, liga a cidade de Paia a Hana. Ela quase não tem espaço para acomodar dois carros lado a lado. No caminho, de 55 km, dezenas de veículos desfilam pelas 54 pontes e param a cada sinal indicando cachoeiras, riachos, pomares e paisagens de floresta tropical. Pequenos desvios conduzem a praias pedregosas e de areia negra, com mar agitado.

A estrada continua ao sul de Hana até Oheo Gulch, um conjunto de 24 piscinas naturais no Parque Nacional de Haleakala. Os veículos de tração nas quatro rodas e os motoristas destemidos continuam circundando a ilha, até que a estrada é definitivamente interrompida pegando um desvio para o interior. Os pontos de piquenique e os mirantes do trajeto ficam lotados na hora do almoço. Não há postos de gasolina ou restaurantes no caminho.

Em Kauai

Uma entrada praticamente escondida na cidade de Waimea, no sul de Kauai, leva aos parques estaduais do cânion de Waimea e o de Kokee, que protege o pântano de Alakai. No primeiro quilômetro surge o mirante de onde se vê a ilha vizinha de Nihau, cujo acesso é proibido para estrangeiros.

Mais à frente, um outro ponto de observação oferece vista magnífica do fundo do cânion. No estacionamento, galinhas selvagens fazem a festa dos turistas europeus e americanos. No fim da linha, já no parque de Kokee, a estrada é interrompida no mirante de Kalalau, de onde se vê a famosa e inacessível costa de Na Pali.

Sinais ao longo da rota indicam a entrada de trilhas curtas que permitem observar a vegetação típica do local. Há um pequeno restaurante e uma loja de conveniência no centro de visitantes, mas não existem postos de gasolina durante todo o trajeto.

Ainda em Kauai, a partir da capital, Lihue, uma estrada cênica que acaba em Kee Beach, a última praia acessível da costa, atravessa plantações de taro e pacatas cidades, além de ladear as escarpas que descem rumo ao litoral, tornando-o isolado na costa norte.

Logo no início da rota, antes de chegar à cidade de Kapa, um maciço rochedo conhecido como Sleeping Giant (gigante adormecido) domina a paisagem em direção ao interior. A próxima parada é o farol em Kilauea Point, um santuário de pássaros, de onde se pode ver a bela Secret Beach e os resorts de Princeville.

A cidade de Hanalei, logo à frente, tem boas opções de restaurante e ótimas lojinhas de suvenires e artigos para esportes. A partir dali, várias praias de areia dourada culminam em Kee Beach.

Na ilha do Havaí

Na Crater Rim Drive, um "looping" de 25 km contorna toda a cratera do vulcão Kilauea, no Parque Nacional dos Vulcões. A partir do centro de visitantes, a primeira parada é um campo de fendas que solta vapor do centro da terra. Em seguida, o mirante do Kilauea mostra de longe a gigantesca cratera de Halemaumau.

O museu Jaggar ilustra a geologia local, compara vários vulcões no mundo e permite ver a cratera mais de perto. Na próxima parada, cinco minutos de caminhada levam às bordas de Halemaumau por um campo fumegante. No final, uma trilha percorre um túnel de lava, o Thruston, antes da volta ao centro de visitantes. A rota pode levar de uma a três horas.

Já o caminho que percorre o Parque Nacional dos Vulcões pela estrada Chain of Craters, interrompida pela lava, leva de três a quatro horas para ser percorrido.

A diferença de altitude entre o ponto mais alto e o mais baixo, ao nível do mar, é de 1.200 m. Há vários mirantes no caminho com vista para as crateras do vulcão Kilauea. No fim, já percorrendo a costa, é possível ver de longe o cone de fumaça formado pelo encontro da lava com o mar. A estrada termina no centro de visitantes provisório, de onde é possível se aproximar da lava a pé.

Não há postos de gasolina por todo o trajeto. Os restaurantes de um hotel ao lado do centro de visitantes oferecem vista para a cratera de Halemaumau.

A estrada praticamente deserta de Saddle liga Kailua-Kona, na ensolarada costa oeste da ilha, à chuvosa Hilo, no leste. Atravessa o vale entre os vulcões Mauna Loa e Mauna Kea e dá acesso às rotas que levam ao topo. Vale a pena subir até o Mauna Kea.

É recomendável desatarraxar um pouco a tampa do tanque de gasolina para evitar os efeitos da altitude no motor.

12/05/2007

ANEXO 54: Cratera vira aquário natural no Havaí (W)

Ana Lucia Busch - diretora-executiva da Folha Online

Um dos melhores pontos de mergulho do Havaí, a cratera submersa de Molokini é abrigo natural para tartarugas, tubarões, moréias, arraiais, polvos e peixes tropicais multicoloridos. "A quantidade de vida marinha deixa qualquer mergulhador experiente de olhos arregalados", anunciam as operadoras de turismo locais, de onde partem os barcos.

Descendo a até 30 m de profundidade, com uma visibilidade de mais de 40 m, os mergulhadores acompanham uma corrente que varre a parede externa do vulcão extinto, desenhando um relevo submarino que se perde no fundo do oceano e esconde tocas cheias de moluscos e peixinhos. No inverno, ouve-se o canto das baleias que nadam nas redondezas.

As peculiaridades desse mergulho, com fortes correntes e ventos repentinos, obrigam que todas as descidas sejam acompanhadas por um experiente "divemaster" local. Ele escolhe, na hora, o percurso do grupo debaixo d'água.

Apesar do cuidado, o mergulho não é só para profissionais. Mesmo quem não tem experiência pode observar a flora e fauna de Molokini. As águas rasas do semicírculo que emerge 50 m acima do mar ficam lotadas de gente nadando com máscaras e snorkels entre tartarugas e peixes.

12/05/2007

ANEXO 55: Vulcão serve de Lua para a Nasa (W)

Ana Lucia Busch - diretora-executiva da Folha Online

Os 3.055 m do Haleakala, um enorme vulcão adormecido que fica no centro de Maui, podem ser vistos praticamente de toda a ilha.

A montanha revela, a quem chega perto, sua paisagem lunar, com crateras e depressões, criadas por sucessivas erupções. Ali, a Nasa treina seus astronautas como se estivessem na Lua.

No pico, um centro de observação da crosta terrestre cria um clima de ficção científica.

De madrugada, turistas chegam para ver o nascer do sol refletido nas nuvens. De manhã, aventureiros caminham no interior da cratera ou pedalam uma magrela até o nível do mar.

Terça-feira, 4 de setembro de 2007 - O Estado de S.Paulo

ANEXO 56: Tão próximas e tão diferentes... (Z)

Enquanto Valparaíso atrai visitantes por sua história, Viña del Mar segue firme no posto de balneário dos endinheirados

Mônica Nóbrega

São duas cidades emendadas uma na outra, mas tão diferentes entre si que a proximidade chega a causar estranhamento. A histórica Valparaíso e a endinheirada Viña del Mar ficam a 112 e a 119 quilômetros de Santiago, respectivamente. A viagem é pela Rota 68, que corta os Vales Curacaví e Casablanca, em meio a vinícolas jovens como a Morandé e a Viramontes, e a plantações de frutas como laranja, limão, melancia e pêra.

No caminho há dois túneis de mais de um quilômetro cada, sob a Cordilheira dos Andes e a Cordilheira da Costa. O viajante vai passar, ainda, ao lado do Lago Peñuela, artificial, construído em 1911 para fornecer água aos dois municípios.

VALPARAÍSO

Valparaíso foi fundada em 1536 e, até o começo do século 20, figurou como o mais importante porto do Pacífico Sul. A cidade é formada por morros - são 45, onde vive 90% da população em casas coloridas, revestidas de placas metálicas reaproveitadas de embarcações que afundavam ou encalhavam na baía. Na parte plana ficam o comércio, os serviços e as atividades portuárias. Veja o que visitar em um tour básico:

Avenida Argentina: é a entrada da cidade. Às quartas e aos sábados, funciona ali uma feira livre com barracas de frutas, verduras e pescados. Domingo é o dia do mercado de pulgas.

Congresso Nacional: em 1980, durante a ditadura do general Augusto Pinochet (1915-2006), o Congresso chileno foi transferido de Santiago para Valparaíso. Desde então, discute-se o retorno do local de trabalho dos parlamentares para a capital. Fica na Plaza Victoria.

La Sebastiana: uma das três casas do poeta Pablo Neruda, inaugurada em 1961 e hoje transformada em museu. Pelos cinco coloridos andares estão expostos objetos pessoais do poeta e de sua última mulher, Matilde Urrutia, como as credenciais de senador da república chilena, os dois últimos cheques que assinou em vida, a cama e uma escrivaninha com manuscritos.

Algumas janelas têm formato de escotilha de barco e todas oferecem vista privilegiada da cidade e do Oceano Pacífico. Fica na Rua Ferrari, 692, e a visita custa 2.500 pesos (R\$ 9,36). Informações: www.lasebastiana-neruda.cl.

Ascensores: a cidade tem 15 elevadores elétricos que transportam passageiros do alto dos cerros até a parte plana. Custam 100 pesos (R\$ 0,38).

Plaza Sotomayor: na parte plana, junto do porto, é cercada por edifícios históricos como o do Tribunal de Justiça e o do comando da Marinha de Guerra. Nela fica também o monumento em homenagem a Arturo Prat, soldado que lutou na guerra contra a Espanha, no século 19. Para comprar lembranças, ao lado da praça há um mercado de artesanato.

VIÑA

DEL

MAR

O balneário foi fundado em 1874 para ser o refúgio de férias das famílias ricas de Santiago, e ainda conserva essa vocação. No verão, chega a receber 1 milhão de visitantes. Um apartamento na orla não custa menos do que US\$ 300 mil (cerca de R\$ 600 mil) e os prédios lembram os da Barra da Tijuca, no Rio.

Para chegar até a cidade, a partir de Valparaíso, você passará por um viaduto acima das pedras e do mar. E estará, em seguida, diante do relógio de flores, a primeira atração local. Confira outras:

Praias: são cerca de 3,5 quilômetros de praias banhadas pelas águas geladas do Pacífico. Graças à Corrente Humboldt, a temperatura fica entre 12 e 16 graus. A faixa de areia é estreita.

Plaza Francisco Vergara: localizada na Avenida Valparaíso, é a principal da cidade. Nela está o Teatro Municipal, que é também patrimônio arquitetônico.

Cassino Municipal: além do apelo das 1.500 máquinas caça-níqueis e das mesas de blackjack, roleta e outros jogos, há a arquitetura imponente do local, inaugurado em 31 de dezembro de 1930. Conta com um inusitado espaço para crianças equipado com atrações como jogos e internet. O cassino fica na Avenida San Martin, 199. Informações: (00--56-32) 250-0600; casinodevinadelmar.cl.

Quinta Vergara: é um parque de araucárias cheio de sombra e bancos para descansar. No mês de fevereiro, o local se torna o principal ponto de interesse da cidade, por causa da realização do Festival Internacional da Canção - neste ano, Bryan Adams e Ricky Martin foram alguns dos nomes internacionais que se apresentaram no anfiteatro para 15 mil pessoas.

Dentro do parque está também o Museu de Belas Artes da cidade. Fica no fim da Praça Luis Sigall e atrás da Paróquia Viña del Mar.

Museu Fonck: o acervo de arqueologia e história conta com peças do Chile, do Peru e do Equador. A principal atração é a coleção de mais de 1.400 itens da Ilha de Páscoa. Entre eles, um moai, uma das misteriosas esculturas da ilha, levado a Viña na década de 1950. Imperdível para fotos. A entrada custa 1.500 pesos (R\$ 5,61). Fica na 4 Norte, 784. Informações: (00--56-32) 268- 6753; www.museofonck.cl.

COMO

IR

PASSAGEM

AÉREA

O trecho de ida e volta entre São Paulo e Santiago custa US\$ 478 na TAM (4002-5700), US\$ 522 na LAN (0800-761-0056) e US\$ 537 na Gol (0300-115-2121). Na LAN, a passagem São Paulo-Santiago-Punta Arenas-Santiago-São Paulo custa US\$ 706

PACOTES

*

US\$ 609: são 3 noites em Santiago com café, city tour e ida a Viña del Mar e Valparaíso. Apex Travel: (0--11) 3722-3000

US\$ 621: são 3 noites em Santiago com café e city tour. New Age: (0--11) 3138-4888

US\$ 663: são 3 noites em Santiago e 1 em Torres del Paine. Com café, tour e ida a Viña del Mar e Valparaíso. CIT: (0--11) 3138-3535 US\$ 680: são 3 noites em Santiago com café, city tour e ida a Viña del Mar e Valparaíso. Maktour: (0--11) 3818-2222

- US\$ 737: roteiro de 3 noites em Santiago e 2 em Viña del Mar com café, city tour e excursão a Valparaíso. Fenix: (0--11) 3120-7200
- US\$ 840: são 4 noites em Santiago com café, city tour, passeio em Viña del Mar, Valparaíso e vinícolas. Soul Traveler: (0--11) 3739-3094
- US\$ 857: são 3 noites em Santiago e 2 em Viña del Mar. Inclui café, city tour e passeio em Valparaíso. Visual: (0--11) 3235-2000
- US\$ 1.005: são 5 noites em Santiago com café, city tour e ida a Viña del Mar, Valparaíso e vinícolas. Flot: (0--11) 4504-4544
- US\$ 1.052: são 5 noites em Santiago com café, city tour e ida a Viña del Mar, Valparaíso e vinícolas. Intravel: (0--11) 3206-9000
- US\$ 1.078: são 4 noites em Santiago e 3 em Viña del Mar. Com café, city tour e passeios em Valparaíso, Isla Negra e vinícolas. CVC: (0--11) 2146-7011
- US\$ 1.160: são 4 noites no Hotel Remota, em Puerto Natales, com pensão completa e excursões. Interpoint: (0--11) 3087-9400
- US\$ 1.172: são 5 noites em Santiago com café, city tour e passeios em Valparaíso, Viña del Mar, Isla Negra e vinícolas. Freeway: (0--11) 5088-0999
- US\$ 1.527: são 2 noites em Santiago, 3 em Puerto Natales e 1 em Punta Arenas. Inclui café e passeios. Beeline: (0--11) 3171-1544
- US\$ 1.587: pacote inclui 3 noites em Santiago com café e city tour; 1 em Punta Arenas com café e city tour; e 2 em Puerto Natales, com café e tour em Torres del Paine. Tereza Ferrari: (0--11) 3831-5622
- US\$ 1.600: são 3 noites em Santiago e 1 em Valparaíso. Inclui café e passeios. Viagem Aventura: (0--11) 2175-2900
- US\$ 1.652: são 3 noites em Puerto Natales e 2 em Santiago com café, city tour e passeios em Torres del Paine. Pisa Trekking: (0--11) 5052-4085
- US\$ 1.670: são 3 noites em Santiago com café e visita a Viña del Mar e Valparaíso; 3 em Torres del Paine com café e passeios; e 1 em Punta Arenas com café. Expo Brasil: (0--11) 6013-6150
- US\$ 1.739: programa inclui 1 noite em Santiago, 2 em Puerto Natales, 2 em Torres del Paine e 1 em Punta Arenas. Com café e passeios. Venturas & Aventuras: (0--11) 3872-0362
- US\$ 1.841: são 2 noites em Santiago e 3 em Puerto Natales. Inclui café e passeio em Torres del Paine. Válido a partir de outubro. Landscape: (0--11) 3039-8210
- US\$ 1.880: pacote inclui 1 noite em Santiago, 1 em Punta Arenas e 3 em Torres del Paine.

Com café, seis refeições e passeios. Válido de 15/10 a 30/11. Cia Nacional de Ecoturismo:
(0--11) 5571-2525

US\$ 2.095: são 3 noites em Santiago, 1 em Puerto Natales e 2 no Parque Nacional Torres del Paine. Com café, cinco refeições e passeios. Queensberry: (0--11) 3217-7100

US\$ 2.196: pacote de 8 noites por Santiago, Viña del Mar, Valparaíso, Punta Arenas e Puerto Natales. Inclui café e passeios em Torres del Paine. Raidho: (0--11) 3383-1200

US\$ 2.338: roteiro inclui 2 noites em Santiago com café; 2 em Porto Natales com café e almoço; 2 em Torres del Paine, com café, almoço e dois jantares; e 1 em Punta Arenas com café.
Rubiatur: (0--11) 3258-6555

US\$ 3.189: são 2 noites em Santiago, com café, e 4 em Torres del Paine, com pensão completa.
Teresa Perez: (0--11) 3365-4000

US\$ 3.582: roteiro inclui 3 noites em Santiago, com café, e 4 em Torres del Paine, no Explora, com pensão completa. Soft Travel: (0--11) 3017-9999

*Preço mínimo por pessoa em quarto duplo, com aéreo

Terça-feira, 25 de setembro de 2007 - O Estado de S.Paulo
ANEXO 57: Pegue um mapa e descubra o centro (A.1)

Com alguma disposição para andar, turista percorre a área onde estão as principais atrações locais

Adriana Moreira

O centro de Dublin abriga a maior parte das atrações históricas e culturais da cidade - e é muito fácil conhecê-las a pé. Antes, passe no Centro de Informações Turísticas, instalado na antiga Igreja de St. Andrew, e solicite um mapa gratuito. Depois, siga nosso roteiro:

Dublin Castle

Localizado no coração de Dublin, o castelo guarda poucas características medievais - mais parece uma mansão do que um palácio propriamente dito. A região onde foi erguido é estratégica. Tanto é que os vikings, os primeiros a ocupar aquela área, escolheram o trecho para construir um forte, por volta de 930 d.C.. Ali, o Rio Poodle (hoje canalizado), de águas escuras, encontrava-se com o Liffey. Por esse motivo, os vikings chamaram o local de Dubh Linn (piscina escura, em gaélico). Hoje, a área abriga um belo jardim, o Dubhlinn Gardens.

O castelo só começou a ser erguido em 1204, por ordem do rei John da Inglaterra, já durante o domínio anglo-normando. Dessa construção, apenas a Record Tower foi preservada - o restante data dos séculos 18 e 19.

A entrada, com uma imensa escadaria, impressiona. Assim como a Sala do Trono, de 1740, e o St. Patrick's Hall, com pinturas de Vincenzo Vandr  no teto. Infelizmente, apenas parte do castelo pode ser visitada pelos turistas, porque muitos aposentos são usados pelo governo irland es. As visitas guiadas custam 4,50 (R\$ 11,7).

Christ Church

A primeira capela foi construída no local em 1030. A edifica o atual, em estilo gótico, data de 1186. Assim que entra no prédio, o visitante tem uma surpresa. Não, não se trata de uma imagem sacra ou de altar, mas de uma espécie de feirinha, realizada bem no centro da igreja. Vende-se de tudo: lembrancinhas, jóias e livros.

Na cripta, uma exposi o multim dia conta a história da igreja, com fotos e vídeos. A entrada custa 5 (R\$ 13). Uma ponte, construída no início do século 19 para ligar a igreja   casa paroquial, hoje serve de passagem para Dublinia, atra o que reproduz as antigas vilas vikings. Custa 6,25 (R\$ 16,3).

Igreja de St. Patrick

A principal catedral protestante da Irlanda foi erguida no local onde o santo mais popular do país, St. Patrick (São Patrício), batizava quem se convertia ao cristianismo, por volta de 450 d.C.. Na parte de dentro, não deixe de apreciar memoriais de cidadãos ilustres, como Jonathan Swift (1667-1745), autor de Viagens de Gulliver. A capela mais antiga da constru o atual data de 1191, mas diversos anexos foram incorporados ao prédio com o passar dos anos. Entrada: 5 (R\$ 13).

Trinity College

Universidade mais antiga da Irlanda, fundada em 1592, ocupa um quarteirão inteiro. Por seus bancos passaram os escritores Oscar Wilde e Bram Stoker, além de muitos políticos irlandeses. Os jardins são abertos ao público, mas para conhecer as duas principais atrações, o Livro de Kells e a antiga biblioteca, é preciso pagar 8 (R\$ 20,9). Se tempo não for problema, vale mais a pena fazer o tour completo pelo campus, por 10 (R\$ 26).

Repleto de detalhes e ilustrações, o Livro de Kells (906 d.C.) é uma obra de arte. Quatro escribas principais reproduziram na obra, em latim, os quatro evangelhos do Novo Testamento. Antes de ver a raridade de perto, os visitantes passam por uma exposição multimídia.

Museu Nacional

Planejado por Sir Thomas Deane em 1880, reúne objetos de diversas épocas, da pré-história ao período medieval, além de peças da Europa e do Egito. Destaque para o sino de São Patrício - feito de bronze no século 12 - e para a Cruz de Cong, de 1123, com 75 centímetros de altura e cravejada de pedras e cristais. Não cobra entrada.

Galeria Nacional

Aberta ao público em 1864, tem acervo com 2 mil peças, das quais aproximadamente 800 ficam em exibição. As pinturas, dos séculos 14 ao 20, são o grande destaque. Há quadros representativos das escolas irlandesa, espanhola, italiana e francesa, entre outras. Uma ala, chamada de Museu Yeats, reúne obras de Jack Yeats e membros de sua família. Em 1990, a galeria ganhou o Caravaggio *A Captura de Cristo*, de 1602, descoberto em uma casa da cidade. Vale uma visita sem pressa. No edifício anexo ocorrem exposições temporárias. Não cobra entrada.

Terça-feira, 3 de julho de 2007.

ANEXO 58: Inesperados caminhos nos Andes (B.1)

Província argentina de Catamarca guarda picos nevados e montanhas coloridas

FIAMBALÁ - Não fique ressabiado se o agente da imigração fizer cara de espanto quando você disser a ele que vai a Catamarca. A província no noroeste do país, quase na fronteira com o Chile, é um destino turístico pouco conhecido - até mesmo pelos argentinos. Mas isso só valoriza a experiência de visitar a região central da Cordilheira dos Andes, marcada por montanhas coloridas, lagos inesperados e áreas quase desérticas.

É a presença de diferentes pedras e minérios - como prata, enxofre, cobre - que determina a cor das montanhas. Verde, amarelo, cinza, vermelho. Um espetáculo. A vegetação rasteira de palha brava no pé dos morros contrasta com os picos cobertos de neve. Maravilhas só vistas por quem se dispõe a viajar 500 quilômetros ao noroeste da capital da província, San Fernando del Valle de Catamarca, onde está o aeroporto.

No caminho até a Cordilheira, também chamada de região dos Seismiles, o viajante pode constatar que uma das principais atividades econômicas da província é a produção de azeite. As plantações de oliveiras se alternam ao longo da estrada com vales de cactos típicos de uma região árida.

A estrada cheia de curvas que leva a Tinogasta e Fiambalà (a 300 quilômetros da capital) demorou 15 anos para ser aberta - à base de muita dinamite. São três horas só para chegar a Tinogasta, cidade com 14.500 habitantes a 1.200 metros de altitude. Seu nome, que significa reunião de povos, em quíchua, é bem apropriado nos dias atuais: lá turistas de todos os cantos conseguem hospedagem e guias para ajudar a descobrir a região. A tal altitude, os dias são extremamente quentes e as noites, frias.

Contam os nativos que a colonização na área foi um pouco diferente de outras regiões. Com a chegada dos espanhóis, no século 18, os índios tiveram de se alojar a uma distância de mais de 3 quilômetros da capela central. Assim, surgiu primeiro a periferia da cidade e, depois, o centro - o que não impediu a miscigenação, já visível um século depois.

Após descansar da primeira viagem, é hora de seguir para Seismiles, 200 quilômetros à frente. Basta olhar para cima que você descobre a razão do nome: nessa parte da Cordilheira estão montes com picos que ultrapassam 6 mil metros. A primeira parada é Fiambalà, a 1.500 metros do nível do mar. Ali, agentes da Secretaria de Turismo explicam tudo sobre a viagem pelas montanhas.

A descoberta começa numa estrada pavimentada, construída há pouco mais de 15 anos para facilitar a atividade das mineradoras. A atuação das empresas é controversa. Se por um lado os impostos pagos por elas impulsionam a economia, a mineração traz riscos ambientais - não existem, por exemplo, parques nacionais para preservar a beleza natural do estado.

Chá de coca

A viagem é lenta, até para o turista se aclimatar com a altitude. Apesar do sol, o agasalho é indispensável, pois você vai chegar a 4.100 metros de altitude.

O aventureiro passa pelo Valle de Chachuil, com formações vulcânicas da pré-cordilheira. Depois, segue até Valle das Angosturas, onde a água do degelo forma lagos que servem de refúgio para flamingos, lhamas e vicunhas. Logo à frente fica a entrada para a estrada La Coipa, único caminho para o Monte Pissis, o terceiro maior das Américas (leia mais ao lado).

Durante o trajeto, beba muito chá de coca. A erva ajuda a evitar o mal-estar de quem não está acostumado com a altitude. A viagem continua até a barreira alfandegária, a 20 quilômetros da divisa chilena.

O posto fica na base das montanhas de San Francisco, com 6.080 metros, e Incahuasi (casa dos incas, na língua indígena), com 6.640 metros. Trata-se de uma visão fascinante, mesmo para quem não tem a menor intenção de se aventurar em uma escalada. Não há neve, a não ser no topo das montanhas, agora cada vez mais perto. Por volta das 15 horas, em pleno outono, faz 1 grau negativo - a temperatura pode chegar a 30 graus negativos no inverno e, mesmo no verão, os termômetros não ultrapassam zero grau.

A recomendação é não fazer esforços nesse ponto, pois o corpo precisa de pelo menos quatro dias para se acostumar ao ar com pouco oxigênio. Em caso de dores de cabeça, sonolência e outras emergências, há um acampamento com galões de oxigênio e ambulância do lado do posto. É hora de voltar.

Viagem feita a convite da Secretaria de Turismo da Província de Catamarca.

Terça-feira, 21 de agosto de 2007 - O Estado de S.Paulo

ANEXO 59: Fuja das clássicas armadilhas (C.1)

Dos preços superfaturados para turistas ao 'golpe do camelo'

Leonardo Goy

Viajar sozinho pelo Egito é inesquecível: livre do cronômetro das excursões, você pode ter uma experiência rica e profunda na velha terra dos faraós. Mas para ficar apenas com a melhor parte do país - e não cair nas típicas armadilhas para turistas -, alguns cuidados são essenciais, assim como dicas de quem já esteve por lá. Afinal, como descobrir a melhor forma de negociar um refrigerante ou fugir de um vendedor insistente?

À primeira vista, o principal desafio é a língua, já que o árabe não é exatamente um idioma usual para a maioria dos brasileiros. Mas a surpresa é que nas principais cidades turísticas do Egito, como Cairo e Luxor, quase todos os taxistas, garçons e comerciantes conseguem se virar bem com o inglês.

Aliás, não se espante se, no meio da rua, alguém começar a puxar conversa com você em espanhol, italiano ou francês. Na tentativa - às vezes quase desesperada - de vender seus produtos, alguns comerciantes demonstram desenvoltura lingüística de dar inveja ao mais sofisticado dos políglotas. Mas a língua da rainha Elizabeth é, de longe, a que o viajante solitário mais vai usar. Dito isso, leve seu inglês na mala e prepare-se para a aventura.

Antes de embarcar, é altamente recomendável comprar um guia de viagem. As melhores publicações do gênero trazem informações detalhadas sobre os templos e as ruínas mais interessantes, eliminando a necessidade de contratar, in loco, um dos milhares de guias que vão lhe oferecer seus serviços.

O assédio ao turista é notado logo na saída do Aeroporto Internacional do Cairo. Muito pobre - ocupa a 111ª posição no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da ONU (o Brasil está em 69º) -, o Egito tem no turismo uma de suas principais fontes de renda. Por isso, cada visitante é visto como um potencial consumidor de produtos e serviços. Em outras palavras, o turista é abordado o tempo todo por alguém querendo vender qualquer coisa ou, simplesmente, pedindo dinheiro.

SEM PAPO

Se você não quiser perder tempo explicando para um vendedor que não quer comprar uma estátua de alabastro, um perfume ou um papiro porque está mais interessado em chegar ao Museu Egípcio ou às Pirâmides de Gizé, evite dar corda para quem lhe abordar. Quando alguém se aproximar perguntando amigavelmente ""de onde você é?"" ou ""o que você está procurando?"" , finja que não entendeu e continue andando. Também evite pedir informações para estranhos. Se tiver alguma dúvida sobre um endereço, pergunte a um policial.

Apesar dessas recomendações, uma coisa deve ficar clara: o Egito é um país seguro, com baixo índice de assaltos a turistas. O problema é que muita gente vai tentar tirar dinheiro de você por meio de truques.

Um exemplo clássico é o golpe do camelo, em Gizé. Exatamente em um dos momentos mais emocionantes da viagem - quando você está cara a cara com as pirâmides - uma legião de pessoas vai oferecer passeios em camelos. O perigo é que, em alguns casos, o preço combinado antes de o turista subir no animal multiplica-se por cinco quando ele pede para descer. E, como se sabe, camelos são muito maiores do que cavalos... Não há opção

senão pagar o ágio. Por isso, cuidado. Não deixe o dono do camelo - que fica com as rédeas na mão o tempo todo - levar você para longe dos olhos dos policiais.