



O PAPEL DA MÍDIA IMPRESSA NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO E DA HOSPITALIDADE

Ana Cândida Pereira de Quadros (BIC/UCS), Olga Araujo Perazzolo, Marcia Maria Cappellano dos Santos (Orientador(a))

A pesquisa, inserida no âmbito do projeto Dimensões Relacionais e Psicopedagógicas da Hospitalidade – HOSPEREL (UCS), propõe o estudo da mídia impressa como instância social potencialmente contributiva para o desenvolvimento do turismo e da hospitalidade, em localidades de destino. Para a execução do projeto, é necessária a eleição e o desdobramento de marcos teóricos relativos ao turismo, à hospitalidade de grupos/cidades e de mídia. Para isso, tem-se como referência as proposições que consideram o turismo como ação derivada do impulso de conhecer, da pulsão epistemofílica, permitindo compreender, sob novas perspectivas, o trânsito dos homens pela história, pelos caminhos que os levaram à construção simbólica de si mesmo, à procura interminável do que não pode ser conhecido (Perazzolo, Pereira, Santos, 2010). De outra parte, consideram a hospitalidade com o mesmo sentido do termo “acolhimento”, concebida como mecanismo fundante, e não coadjuvante, do fenômeno turístico. Nessa linha, a essência do acolhimento estaria a disposição para acolher o outro na sua singularidade, sem imposições *a priori*, “incondicional”, gerando um espaço entre o sujeito que deseja acolher e o que deseja ser acolhido. Nesse espaço, o acolhedor se transforma em acolhido e o acolhido em acolhedor. Na perspectiva de grupos/comunidades, adota-se o conceito de corpo coletivo acolhedor, concebido como sistema autorregulado e semipermeável, constituído na interação de três vértices estruturantes e que envolvem: a) os serviços que disponibiliza; b) a gestão dos recursos; c) o conhecimento que transita, retroalimenta e tonaliza a disposição para o acolhimento coletivo. Mídia, por outro lado, é concebida como conjunto socioestrutural que potencializa a comunicação, o alcance da informação. Nesse sentido, os meios de comunicação, com seu aparato midiático, amplificam elementos da cultura, de forma transformada por marcos e demandas jornalísticas, acionando transformações das representações sociais, de forma cíclica e dinâmica. Para a construção teórica responsiva sobre o papel da mídia no desenvolvimento do turismo e da hospitalidade, será efetivado levantamento de informações relativas à natureza do discurso midiático, junto a jornais de âmbito regional e estadual da região nordeste do estado do RS, em fragmentos que tratam de eventos turísticos locais (etapa em processo). Os dados serão tratados qualitativamente e subsidiarão construções teórico-reflexivas de natureza dialética.

Palavras-chave: Desenvolvimento turístico, Desenvolvimento da hospitalidade, Mídia impressa.

Apoio: UCS