

234

COMUNICAÇÃO TURÍSTICA, CULTURA E HOSPITALIDADE. Luiz Celso dos Santos Junior, Rudimar Baldissera (*orient.*) (FEEVALE).

O Turismo apresenta-se como uma das alternativas para o desenvolvimento social, em suas diferentes dimensões de sustentabilidade. Implica o deslocamento de pessoas, envolve complexa infra-estrutura, serviços qualificados e, fundamentalmente, relacionamentos. Além de caracterizar o Turismo, a comunicação, como relação, é um elemento basilar para a construção/transformação cultural, bem como para a efetivação da hospitalidade. Importa ressaltar que, para além de seu papel fundamental de informar/divulgar/promover o turismo, a comunicação turística constitui-se em motor para a construção/formação de cultura para o turismo e para o desenvolvimento da hospitalidade. Sob essa perspectiva, objetiva-se estudar como os processos de comunicação turística que são planejados e materializados pelas Secretarias de Turismo dos municípios que compõem o Vale do Paranhana, Vale do Rio dos Sinos e Rota Romântica influenciam na formação da cultura para o turismo e hospitalidade na região. Para isso, após a revisão bibliográfica, serão realizadas entrevistas junto às agências de viagem e turismo, utilizando o método de pesquisa exploratória, com a intenção de saber o que os responsáveis por tais agências pensam sobre a comunicação turística municipal (oficial), e se, na sua percepção, existe algum tipo de influência de tais materiais de comunicação sobre o turismo receptivo que elas desenvolvem. Com base na análise das entrevistas e articulação teórica, será possível melhor compreender/explicar os processos de comunicação e suas implicações no desenvolvimento de cultura para o turismo, bem como auxiliar a região no sentido de conhecer/fortalecer sua imagem/identidade, qualificar, cada vez mais, seus processos de comunicação, e no desenvolvimento da cultura do turismo/hospitalidade. (PIBIC).