

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

A IMAGEM DE SANTA VITÓRIA DO PALMAR (RS), BRASIL SOB O OLHAR DA POPULAÇÃO LOCAL

RAMOS, Érica
SIMÕES, Ana Paula
ORSINA, André
PEREIRA, Taís Natalia
PEREIRA, Melise
ericasouzaramos@hotmail.com

Evento: seminário de ensino
Área do conhecimento: Turismo

Palavras-chave: imagem de destino; identidade; fotografia.

1 INTRODUÇÃO

Este projeto de extensão tem como objetivo geral diagnosticar a imagem do município de Santa Vitória do Palmar, RS, Brasil, como destino turístico, a partir do olhar da população local. Busca-se realizar um concurso fotográfico, visando à valorização do patrimônio histórico, cultural e natural da localidade, além da aproximar a comunidade acadêmica da população local. Esta pesquisa é relevante para aproximar a comunidade acadêmica da comunidade local, além de fornecer ferramentas para o desenvolvimento do turismo em Santa Vitória do Palmar-RS, valorizando o seu patrimônio histórico, cultural e natural.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A importância da atividade turística e seus benefícios vem crescendo, e alguns destinos tem a necessidade de se introduzir na atividade. Tendo em vista que o destino que se diferenciar manterá uma vantagem competitiva perante aos outros destinos, desta forma Chagas (2009), destaca que para isso deve-se construir uma imagem forte e atraente. Ainda acrescenta que a imagem é uma das razões responsáveis para escolha de um destino, de sua satisfação bem como de sua repetição.

Entretanto, para construção de uma imagem de um lugar é necessário diagnosticar a imagem e identidade da população do destino. Sendo estes elementos diferentes e distintos, pois enquanto a identidade tem relação com o emissor e a forma como este a identifica, a imagem está relacionada com o receptor e a forma como este a avalia. De acordo com Pimentel, Pinho e Vieira (2006), quanto mais forte for a identidade, gerenciada e claramente diferenciada, mais trará traços de sua personalidade original e tendo como resultado a imagem da marca. Sendo assim, para o desenvolvimento sustentável da imagem de um destino, este deve estar intrinsecamente ligado a sua identidade, portanto é essencial que a população local participe deste processo.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa caracteriza-se por ser um estudo exploratório e descritivo, tendo um enfoque teórico-conceitual predominantemente qualitativo. Para tanto o trabalho terá os seguintes processos metodológicos e ações programadas: pesquisa bibliográfica (estado da arte); planejamento do edital que regerá o concurso de fotografia; captação de recursos financeiros para as premiações; divulgação do edital para a população local; organização das fotografias de acordo com as categorias (previstas no edital) e a formação das comissões para a seleção das fotografias composta por profissionais locais da área e integrantes da comunidade local; realização de uma mostra fotográfica com as imagens selecionadas e publicações de artigos científicos em eventos acadêmicos.

4 RESULTADOS e DISCUSSÃO

A realização deste projeto permitirá o diagnóstico da imagem turística de Santa Vitória do Palmar a partir do olhar dos cidadãos santa-vitorienses, dando a devida importância aos preceitos de um desenvolvimento turístico sustentável. Atualmente, as pesquisas científicas que tratam de imagem, identidade e imaginário, partem do princípio do receptor, ou seja, partem dos olhares do turista e dos gestores, e não tomam como fator norteador a identidade local para a formação de uma imagem real e que valorize e eleve a autoestima local.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo tem o intuito de realizar um concurso fotográfico para perceber qual imagem que será revelada através das “lentes” da população local. E a partir da escolha destas imagens, estas poderão ser utilizadas para materiais de divulgação do município.

Atualmente, devido ao atraso no calendário acadêmico, a pesquisa encontra-se em fase inicial, no estado da arte, em que estão sendo pesquisados artigos científicos relacionados com a temática, e iniciando o processo de elaboração e planejamento do edital assim como a captação de recursos para as premiações do concurso fotográfico. Cabe ressaltar que na data de realização da Mostra de Produção Universitária 2014 – FURG, já teremos resultados adicionais.

REFERÊNCIAS

CHAGAS, Márcio das. Formação da Imagem de Destinos Turísticos: Uma Discussão dos Principais Modelos Internacionais. Caderno Virtual de Turismo, vol. 9, n. 1 pg. 117-127, 2009. Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, Brasil.

PIMENTEL, Emanuelle; PINHO, Tânia; VIEIRA, Alexandra. Imagem da marca de um destino turístico. Turismo – Visão e Ação. Vol. 8, nº 2, p. 283 – 298, maio/ago. 2006.

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.