

# **BUSCA PELA CIRCULAÇÃO MIDIÁTICA DAS FOTOGRAFIAS TURÍSTICAS DE PARNAÍBA/PI**

*Dilene Magalhães Borges (Aluna de ICV/CNPq – Graduanda em Bacharelado em Turismo da UFPI); André Riani Costa Perinotto (Orientador, Curso de Turismo/UFPI/Parnaíba)*

## **INTRODUÇÃO**

A imagem é uma das formas mais utilizadas pelo ser humano para adquirir conhecimento e, uma das principais maneiras de produzi-las é através de um importante mecanismo denominado: Fotografia.

A fotografia, que desde o seu nascimento, por volta de 1826, tem se destacado e aperfeiçoado através das novas tecnologias, permite reviver a memória dos lugares, influencia a vida humana de tal forma que as imagens passam a ser imaginadas e vistas com um novo olhar. As imagens são essenciais e importantes meios de comunicação. Informam sobre situações, valores, significados no que se representa e ainda, no que se pretende representar, por estabelecer uma relação social e simbólica. Assim, Torezani (2003, p.05), afirma que “estamos numa sociedade em que comunicar é uma necessidade de autoafirmação, vai além de si mesmo, é expor seu universo onírico, é fazer reviver desejos, é a criação de imagens”.

Neste sentido, vale destacar a importância do acelerado processo ocorrido com a circulação das informações imagéticas, mediante ao avanço tecnológico observado no decorrer dos anos, que permite aos mais diversos públicos a obtenção das mesmas de forma prática, rápida e eficiente.

De acordo com Braga (2006) a circulação configura-se como um sistema de produção, um fenômeno de interação e pode ser entendido como tudo aquilo que a mídia vincula. Assim, é interessante analisar como a utilização de dispositivos possibilita o surgimento de novos processos de circulação através de fluxos comunicacionais, que possam retornar, ocasionados pela geração de outros novos circuitos.

A relação entre fotografia e turismo permite destacar um importante mecanismo contribuinte para que a mesma aconteça: os folders. Por serem representantes dessa interação, os folhetos funcionam como uma importante fonte de estudo sobre a circulação das fotografias turísticas.

Diante do exposto, este trabalho apresenta uma análise dos folders turísticos, específicos do município de Parnaíba-PI, constando as informações que evidenciam o seu papel no processo da circulação como um fator comunicacional e na divulgação dos atrativos da cidade.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo realizou-se a partir da análise dos folders elaborados pelas diferentes agências de turismo do Município de Parnaíba-PI dos quais foram coletados 09 folders/folhetos entre os meses de julho/2011 a de março/2012. Dentre estes, apenas 04 foram submetidos à análise como mecanismo de comunicação destinado à promoção da cidade, devido à presença nesses apenas 4 folders selecionados e por conseguinte pela ausência de imagens relacionados ao município nos demais folders.

Utilizou-se, portanto, para a elaboração deste trabalho, de uma pesquisa bibliográfica referente à relação entre fotografia e o turismo, a importância dos folders como meios de comunicação e à circulação, mencionando seu processo e a questão comunicacional.

Também comparou-se os folders e os cartões postais coletados pelo grupo de pesquisa de Iniciação Científica, para que a circulação das imagens nas distintas mídias pudesse ser percebida.

## **ANÁLISES E DISCUSSÕES**

As análises dos folhetos/folders de Parnaíba, elaboradas pelas agências de turismo do próprio município, funcionam como fonte de circulação das imagens fotográficas da mesma. Os elementos verbais e, principalmente, os elementos visuais, permitem destacar os efeitos existentes e construir as imagens que caracterizam as atrações da cidade.

Os atrativos turísticos que mais se sobressaem relacionam-se às belezas naturais, destacando-se, assim o Delta do Parnaíba com suas dunas e variadas espécies de animais e vegetações, como pode ser visto nas fotos dos folders.

Analisando sobre a ênfase em divulgar as belezas naturais, percebe-se a redução do espaço que realmente deveria destinar-se à atividade turística, pois a propaganda da cidade limita-se ao Delta e, por isso, não apresenta os demais atrativos naturais existentes e que também possuem grande potencial no turismo, como a praia, a lagoa, entre outros.

A imagem é também um exemplo de como a divulgação do município de Parnaíba, através das agências, ainda é mínima e não enaltece as demais atrações que o mesmo possui. Além disso, vale destacar outro aspecto relevante, a promoção de diversas localidades. Dessa forma, entende-se que os pacotes elaborados pelas mesmas não despertam o interesse dos turistas em conhecer diferentes destinos turísticos pertencentes à Parnaíba, mas a obtenção de informações sobre outras regiões.

A fotografia identifica outro destino turístico existente na mesma, denominado Porto das Barcas. Um atrativo que merece destaque tanto como o Delta do Parnaíba tão citado anteriormente.

Este apresenta algumas atrações relacionadas à visitação turística apresentada no próprio folheto como fonte divulgadora do mesmo, além de enaltecer as suas formas arquitetônicas, por exemplo, praça de eventos, auditório, galeria de arte, artesanato, restaurantes, bares, sorveteria e outros.

De acordo com o que foi exposto, as agências de turismo de Parnaíba pouco utilizam esses materiais, os folders ou folhetos turísticos, como fonte de divulgação da cidade. E ainda, vale ressaltar que há uma grande quantidade de repetições dessas peças com as imagens do mesmo destino turístico tanto da própria localidade quanto de outras regiões.

Pouca circulação das imagens foi percebida, desse modo acredita-se que a comunicação turística dessas paisagens de Parnaíba estão deficitárias.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve o intuito de fazer uma análise dos folders/folhetos na midiática das fotografias turísticas da cidade de Parnaíba-PI, utilizando-se desse instrumento como mecanismo de comunicação e transmissor de informações necessárias na divulgação dos mais diversificados destinos turísticos.

Dessa forma, evidenciou-se que a relação entre a imagem fotográfica e o turismo exerce um papel fundamental na propagação e no conhecimento de uma determinada localidade.

Com o avanço tecnológico, a comunicação entre as pessoas têm sido cada vez mais rápida, além de proporcionar o conhecimento sobre os mais diversificados ambientes e suas características peculiares. Assim, observa-se a importância da utilização dos folders, produzidos pelas agências de viagens de Parnaíba, que possibilitam o destaque dos efeitos existentes e a construção e circulação das imagens pertencentes à cidade através dos elementos verbais e dos elementos visuais.

No entanto, vale ressaltar que, além da maioria dos folhetos/folders turísticos, elaborados pelas mesmas, apresentarem mais imagens e informações sobre outras regiões, que não a cidade de Parnaíba, a quantidade desses materiais é reduzida, o que dificulta ainda mais o acesso e conhecimento deste destino turístico.

Cabe aqui salientar, que devido ao tamanho restrito do resumo expandido, não se pode ilustrar o trabalho com os exemplares dos folders que foram utilizados para a pesquisa.

Neste contexto, faz-se necessário trabalhar junto às agências a elaboração de folders que identifiquem os demais destinos do município e informações relevantes estabelecendo uma comunicação eficaz com seus receptores de forma que, sintam-se motivados a se deslocarem para a localidade.

## **REFERÊNCIAS**

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática.** SP: Paulus, 2006, p.21-44.

TOREZANI, Juliana. **As imagens fotográficas de Ilhéus: um patrimônio cultural.** Monografia de graduação em Comunicação Social: UESC, 2003.