

XVIII Encontro de Jovens Pesquisadores Universidade de Caxias do Sul - 2010

Sinalizadores de hospitalidade no discurso de material impresso de divulgação do Encanto de Natal – Ana Rech, Caxias do Sul/RS

Mônica Schneider (BIC/UCS), Marcia Maria Cappellano dos Santos (Orientador(a))

O turista deseja, cada vez mais, vivenciar a realidade turística. Ao realizar uma viagem, ele espera conhecer, aprender, participar e conviver, isto é, o turista almeja ser recebido e atendido, não como consumidor, mas como alguém que estabelece um elo humano-social com a localidade de destino, sendo marcado pela atividade turística, mas nela deixando também suas percepções e marcas, buscando o encontro e dele saindo modificado. Nesse sentido, a hospitalidade é entendida, não apenas como a expressão do desejo de um ou de outro sujeito que concretizam essa relação, mas como o estabelecimento de uma troca entre os sujeitos envolvidos, os quais se ajustam dinamicamente na interação de suas necessidades. Nessa perspectiva, os eventos turísticos constituem espaços privilegiados para as relações de hospitalidade, as quais já se efetivam desde a concepção do material de divulgação. A presente pesquisa, integrada ao projeto Dimensões Relacionais e Psicopedagógicas da Hospitalidade, desenvolvido na UCS, tem como objetivos identificar sinalizadores dialógicos verbais e extraverbais da disposição para o acolhimento em material impresso de divulgação do evento Encanto de Natal, em Ana Rech, Caxias do Sul/RS, e inferir, por meio dos sinalizadores, a concepção de hospitalidade subjacente ao discurso constitutivo desse material. O esperado com os resultados é aportar subsídios complementares às análises desses indicadores, realizadas no âmbito do referido projeto, implementado na mesma localidade. O material selecionado diz respeito à 19ª edição do Encanto de Natal. A pesquisa, caracterizada pelo modelo qualitativo de organização e interpretação de dados, utiliza processos interpretativos de análise do discurso, articulando enunciados linguísticos explícitos e implícitos a elementos extraverbais. Ainda como procedimento metodológico, busca-se um contraponto analítico por meio de entrevista com os idealizadores do material de divulgação. Os estudos interpretativos, em andamento, já sinalizam predominância de marcas enunciativas de terceira pessoa atreladas ao discurso narrativo e descritivo. Elementos extraverbais, icônicos, apresentam-se em sua maior parte com caráter meramente ilustrativo, nem sempre vinculados diretamente ao discurso verbal. Esse quadro aponta para uma concepção de hospitalidade assentada em apenas um dos vértices da relação que se estabelece entre o sujeito que acolhe e aquele que é acolhido.

Palavras-chave: Turismo, Hospitalidade no/pelo discurso, Material de divulgação de evento.

Apoio: UCS