



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES - ICHCA
CURSO DE JORNALISMO

REIDLA GLAUCIA DA SILVA

**RELATÓRIO TÉCNICO DO PROGRAMA RADIOFÔNICO DE
INFORMAÇÕES TURÍSTICAS #PARTIU**

Maceió – AL
2020

REIDLA GLAUCIA DA SILVA

**RELATÓRIO TÉCNICO DO PROGRAMA RADIOFÔNICO DE
INFORMAÇÕES TURÍSTICAS #PARTIU**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado ao Instituto de Ciências Humanas,
Comunicação e Artes da Universidade Federal
de Alagoas como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Mercia Sylvianne Rodrigues
Pimentel

Maceió – AL

2020

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S586r Silva, Reidla Glaucia da.
Relatório técnico do programa radiofônico de informações turísticas #Partiu /
Reidla Glaucia da Silva. – 2020.
25 f. : il.

Orientadora: Mercia Sylvianne Rodrigues Pimentel.
Monografia (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.
Maceió, 2020.

Bibliografia: f. 18-19.
Anexos: f. 21-25.

1. Rádio. 2. Turismo. 3. Desenvolvimento local - Maceió (AL). I. Título.

CDU: 654.195:379.85(813.5)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, em primeiro lugar, por todas as oportunidades oferecidas, por ter permitido que eu chegasse até aqui. Agradeço a Ele, principalmente, por não ter permitido que eu desistisse e isso ajudou a me transformar na profissional que hoje sou.

Agradeço aos meus pais, por terem me apoiado pacientemente e também ter concedido a mim todas as oportunidades que eles tão tiveram. Minha irmã, Maria Roselane, que intervia todas as vezes que eu pensava em desistir do curso. Agradeço ainda ao meu esposo Leandro Lima, que sempre incentivou todos os meus passos acadêmicos. Minha dupla de todas as disciplinas Dayana Lemos, que esteve comigo em vários momentos durante todo o curso. Gostaria de agradecer muito também à Professora Mércia por nunca ter desistido de ser minha orientadora e apostou na minha ideia desde o início. Muito obrigada pela paciência e sabedoria compartilhada. Muito obrigada a todos!

RESUMO

Este relatório tem o objetivo de apresentar a construção de um programa radiofônico de informações turísticas, bem como de refletir sobre o papel do residente na valorização do turismo local. Intitulado *#Partiu*, o programa propõe uma discussão sobre temas referentes ao turismo em Maceió, Alagoas (Brasil), trazendo especialistas e atualizações. O referencial teórico foi constituído a partir de estudos acerca do rádio e suas principais características, assim como de reflexões sobre o processo histórico envolvendo atividades turísticas. Pensando o rádio como um espaço de mediação, o programa apresentado caracteriza-se por trazer reflexões que contribuam para mudanças de representações, fazendo com que o residente perceba seu lugar como turístico e enxergue no turismo um importante vetor para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Rádio. Turismo. Residente. Desenvolvimento. Maceió

ABSTRACT

This report aims to present the construction of a radio program of tourist information, as well as to reflect on the role of the resident in the valorization of local tourism. Entitled *Hashtag Partiu!*, the program proposes a discussion on topics related to tourism in Maceió, Alagoas (Brazil), bringing experts and updates. The theoretical framework was constituted from studies about radio and its main characteristics, as well as reflections on the historical process involving tourist activities. Thinking of radio as a mediation space, the program presented is characterized by bringing reflections that contribute to changes in representations, making the resident perceive his place as a tourist and see tourism as an important vector for local development.

Keywords: Radio. Tourism. Resident. Development. Maceió

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 OBJETIVOS	09
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
4 PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO	13
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	15
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	20

INTRODUÇÃO

O rádio estimula a imaginação do receptor ao fazê-lo criar mentalmente a imagem visual transmitida pela língua falada. A eficácia deste meio de comunicação é a compreensibilidade da mensagem informativa. Essa modalidade de comunicação abrange um público anônimo e heterogêneo, formado pelos mais diversos grupos socioculturais e, conseqüentemente, com diferentes níveis de compreensão, pessoas com anseios e necessidades diversas, independente de classe social ou grau de escolaridade.

Sem grandes complicações tecnológicas, o rádio tem a vantagem de poder falar para milhões de pessoas (FILHO, 2009) Essas características peculiares diferenciam o rádio dos demais veículos de informação. Seu sistema de distribuição de informação massiva contribui para fazer dele um dos melhores e mais eficazes meios a serviço da transmissão de fatos atuais.

Ao refletirmos sobre o que o rádio pode proporcionar enquanto veículo e como ele pode atuar no agendamento da população, decidimos pela criação de um programa radiofônico, com o foco de transmitir ao turista e aos residentes informações úteis para sua melhor comodidade e segurança. Dada a ausência de uma proposta dessa natureza na programação atual do rádio e considerando a função comunicadora que este exerce na sociedade, atuando sobre os indivíduos e a coletividade, a proposta figura, portanto, como um serviço de utilidade pública que visa à transformação e mobilização de seus ouvintes.

A temática escolhida para construção do programa justifica-se, primeiramente, pelo fato de possuímos Bacharelado em Turismo e termos construído uma curta, porém árdua carreira na área. A base para produção deste programa foram as pautas elaboradas acerca dos temas que, na visão de turismóloga, pode-se considerar pertinentes e relevantes para a sociedade. A produção de entrevistas, algumas pessoalmente, outras de forma online através da plataforma Skype, também constituíram o conteúdo do produto.

A pesquisa de matérias sobre a atividade turística local e global veiculadas na internet durante a apuração fizeram parte do processo de produção de conteúdo. Ao todo, foram feitas quatro entrevistas sobre temas

pertinentes ao turismo social e turismo de saúde. Para produção do programa piloto, foram realizadas entrevistas com convidados e especialistas nas áreas do turismo de saúde e social. O período de apuração foi de, aproximadamente, noventa dias: de novembro de 2019 a fevereiro de 2020.

Por possuímos formação técnica e profissional suficiente sobre a temática abordada no projeto, sentimos a ausência de debates acerca da atividade turística e suas características essenciais nos veículos de mídia. Inclusive, não há hoje no cenário das programações locais, seja na TV ou no rádio, um momento destinado à disseminação da informação acerca do tema que possa inserir as atividades turísticas no cotidiano dos residentes, e este foi o segundo motivo que nos impulsionou a construir este produto.

OBJETIVOS

GERAL

Produzir um programa piloto de rádio sobre o turismo local (Estado de Alagoas), visando o debate sobre temas inerentes à atividade turística, como também proporcionar aos ouvintes informações sobre cultura, lazer, história e entretenimento.

ESPECÍFICOS

- Oferecer ao ouvinte e residente no estado um espaço de discussão e reflexões sobre a realidade do turismo local;
- Inserir o residente nos debates acerca da atividade turística;
- Falar sobre arte, cultura, lazer, meio ambiente e outros temas inerentes à atividade através das pautas;
- Debater o turismo com a comunidade local;
- Contribuir para a divulgação do turismo e da cultura alagoana;
- Propiciar ao ouvinte informações sobre opções de turismo, lazer, feiras, congressos e gastronomia.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Num contexto geral, a atividade turística está relacionada diretamente com a mobilidade espacial das pessoas, considerando aspectos como culturas, gostos e hábitos. Somente no século XIX o turismo foi caracterizado como tal, quando grupos de viajantes se deslocaram usufruindo de itinerários devidamente traçados para conhecer alguns países da Europa. Esses grupos foram os primeiros a receber a denominação de turistas, pessoas que pertenciam às classes econômicas e culturais privilegiadas (OLIVEIRA, 1998).

Ainda conforme Oliveira (1998), a partir dos anos 50, na Europa, as conquistas sociais proporcionaram um aumento da renda salarial para uma parcela da população, e dessa forma, ela começou a investir seu tempo livre em viagens turísticas.

Os processos de industrialização e urbanização dão forma à criação de novos territórios, estruturando assim uma sociedade que sente a necessidade de se evadir do cotidiano agitado e enxerga numa viagem a principal ferramenta para recuperar-se dos desgastes provocados pela interferência do meio urbano.

O avanço tecnológico proporcionou novas possibilidades de comunicação e locomoção, dinamizando cada vez mais a atividade turística. Neste ponto, o rádio vem exercer a importância de disseminar informações para um número maior de pessoas, além de apresentar-se como um meio de integração social, cultural e política. De acordo com Barbosa Filho (2009, p. 37), “o rádio possui mais de um século de história, e é mediador entre pessoas, lugares e suas diferentes concepções”. Assim sendo,

o rádio nasceu num momento profícuo para o surgimento e desenvolvimento dos meios tecnológicos. Sob o impulso de fios e frequências, ele marca definitivamente a vocação transfronteiriça dos meios de comunicação já ensaiada com o telégrafo (BORGES *apud* BARBOSA FILHO, 2009, p. 38).

Hoje, quase centenário, o rádio parece se revigorar com as tendências digitais. Aliás, superação e reinvenção também fazem parte da lista de

características do veículo. Foi assim com a chegada da TV, quando o rádio deixou de ser nacional e voltou-se ao regionalismo.

Segundo Mcleish (2001), o rádio possui uma variação de pelo menos dezenove características, podendo assim, através destas, permitir que o indivíduo estimule seu instinto imagético, na medida em que cria imagens a partir dos seus recursos sonoros.

[...] podemos destacar: construção de imagens, capacidade de falar para milhões de pessoas, e/ou cada indivíduo, velocidade, caráter transfronteiriço, simplicidade, baixo custo, efemeridade, música, surpresa, interferência (MCLEISH, 2011, p. 45).

A linguagem radiofônica é capaz de sintetizar códigos acessíveis a vários grupos sociais e, por esse motivo, o veículo tem a capacidade de atingir e ser compreendido por um público muito diversificado. Por meio do seu vocabulário coloquial, o veículo é direto e persuasivo.

Dessa forma, Ortiwano (1985) aborda que a linguagem radiofônica é capaz de tornar a comunicação acessível a diversos grupos sociais, e através da sua capacidade de alcance, fazer com que grupos diversificados consigam ser compreendidos. Mobilidade, portabilidade, acessibilidade e instantaneidade são características que fazem com que o rádio esteja sempre em contato com a realidade dos ouvintes, possibilitando sua integração com uma diversidade de culturas.

O rádio, por possuir uma linguagem facilitada, consegue alcançar uma audiência ampla, atrelada a sua pluralidade hoje encontrada nas mais variadas formas de ouvir rádio. Sobre isso, Ferrareto (2014, p. 15) afirma que:

Na variedade de equipamentos para recepção: radinhos transistorizados, passaram a conviver com celulares, computadores, players de mp3 e outros aparelhos semelhantes. Tal pluralidade estende-se também a outros fatores: aos modos de processamento de sinal (analógico ou digital); à definição legal da emissora (comercial, comunitária, educativa, estatal ou pública); ou mesmo ao conteúdo (cultural, jornalismo, popular, musical, religioso [...]).

Seu poder está também presente na capacidade de construir e difundir representações e orientar pessoas. É por meio desse processo que o veículo

pode construir e desconstruir as percepções dos ouvintes-residentes sobre sua localidade, abarcando o papel de agenda coletiva social.

De acordo com Comassetto (2007), cada emissora assume as características da sua realidade local, e o rádio passa a ser instrumento de identificação e comunicação com as comunidades. Assim, ao exercer a comunicação com os moradores, o veículo pode ajudar no processo de conhecimento e valorização do patrimônio local.

Trazendo para o contexto do turismo, disponibilizar opções de lazer, bares, eventos, cultura, música e arte através de uma programação referenciando a linguagem regional, o rádio exerce sua função social. Para Roquette Pinto, considerado o pai do rádio no Brasil, temos as seguintes considerações:

o rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que realizem com espírito altruísta e elevado (PINTO *apud* FERRARETO, 2001, p. 97).

As palavras acima só confirmam como o rádio se diferencia dos demais meios de comunicação, sendo mais eficaz quando se fala na transmissão imediata.

De acordo com Ferraretto (2014, p. 29) “o ouvinte precisa que um comunicador fale a língua, expressões e sotaques da sua região, o público quer a notícia”. O regionalismo do rádio é uma característica fundamental, pois cria um elo entre o veículo e a comunidade, dando visibilidade às informações de uma determinada região.

Segundo Chantler e Harris (2001, p. 46) “a força do rádio jornalismo numa emissora local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local”. O rádio, como meio de comunicação, exerce diretamente seu papel na sociedade na medida em que consegue influenciar diretamente no cotidiano e na realidade do ouvinte.

Através das suas características, o rádio consegue interagir e representar através da oralidade: “o meio é a mensagem”, já afirmava McLuhan (2003, p. 21). Temos assim, uma construção de um acervo de imagens criado na mente dos ouvintes, que acaba encontrando uma estrutura através das falas dos

locutores, estes por sua vez, narram os fatos do cotidiano construindo um processo de interação social.

PROCESSO DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TRABALHO

Para iniciar o processo de produção do programa, pensamos sobre quais conteúdos iriam ser abordados durante a programação e que esta não fosse comum, mas sim trouxesse temas que a comunidade ainda não tivesse tanto conhecimento.

Após algumas reuniões e orientações, chegamos ao que seria futuramente o *#Partiu*, um programa voltado para o residente e turista com abordagens acerca do turismo local, trazendo pautas sobre viagens, cultura, lazer e gastronomia.

Iniciamos o processo de produção das pautas e com elas a busca pelas fontes. Para a primeira pauta abordada no programa, Turismo Social, fomos em busca de um especialista da área e, após muitas pesquisas, conseguimos agendar com a professora Dra. Rosana Eduardo, que também é professora do curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

A segunda pauta tornou-se um pouco mais trabalhosa, Turismo de saúde, uma vez que ainda é uma modalidade turística pouco comentada, e por este motivo, fizemos questão de realizar a abordagem dentro de um quadro que trouxesse aquilo que é novidade dentro da atividade turística. A principal fonte para este debate foi a comunicadora social e presidente da Associação Brasileira de Turismo de Saúde (ABRATUS), Julia Lima. A produção dessa entrevista demorou cerca de um mês para ser agendada, e após muito tempo de espera, conseguimos realizar de forma online e com algumas dificuldades.

No período em que estávamos produzindo o *#Partiu*, as notícias sobre o turismo alagoano estavam em alta, Maceió e região eram sempre destaques nos noticiários e principais sites de negócios. Vendo a dimensão que o turismo estava ganhando no momento, resolvemos incluir notícias no contexto do programa, e assim o giro 360 entrou para finalizar a produção.

Com todas as locuções e entrevistas prontas, era a hora da edição, e junto com ela veio a pandemia da Covid-19, a qual ainda estamos enfrentando.

Os trabalhos de edição na universidade foram suspensos, e com isso o atraso na finalização do produto. Diante da situação, buscamos ajuda de fora da universidade, e no meio do processo veio a contaminação pelo coronavírus, o que ocasionou a suspensão da produção. Após recuperação, retomamos os trabalhos e assim conseguimos concluir a produção do programa.

A todo momento da produção, sempre colocávamos em reflexão como poderíamos contribuir para a formação do senso crítico dos ouvintes do programa, de qual forma poderíamos colaborar com uma sociedade bem informada acerca do turismo local. Através das pautas e entrevista, fomos construindo e desenvolvendo cada detalhe do programa.

Manter uma sociedade bem informada acerca de temas que fazem parte do seu cotidiano resulta em uma sociedade reflexiva e ciente daquilo que se passa ao seu redor. Refletir sobre o que o rádio pode proporcionar enquanto veículo foi um dos pilares para criação deste programa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO (nível interpretativo)

O turismo é um fenômeno complexo, não restrito ao deslocamento geográfico feito durante a viagem e visitação, e contribui para construção de uma cadeia formada por suportes e interesses distintos (CORIOLANO, 1998; IGNARRA, 2003; TRIGO, 2004). Levando isso em consideração, listamos algumas pautas para serem debatidas no programa, principalmente a disseminação de temas não discutidos com frequência no contexto da sociedade alagoana.

O programa foi pensado para ter uma duração de 30 minutos, sendo composto por dois blocos com duração de 15 minutos cada. A transmissão estava prevista para as sextas-feiras no horário das 18:00h às 18:30h, com reprise aos sábados das 10:00h às 10:30h.

O primeiro bloco do programa foi constituído por entrevistas, abordando a temática do turismo social, a importância de desmistificar, principalmente para o residente, que a atividade turística na atualidade não é apenas para pessoas que pertencem a uma classe social de nível economicamente elevado, esta pode também ser uma atividade praticada por pessoas de baixo poder aquisitivo.

Dentro desse tema, contamos com a colaboração de duas entrevistas que esclarecem para o ouvinte o que é o Turismo Social. Nesse sentido, Coriolano (2006 p.31) afirma que “O turismo é uma prática social que reúne oportunidades de aquisição cultural, troca de experiências, realização de sonhos, busca de emoções e formas de aprendizagem”.

No segundo bloco do programa, produzimos um quadro chamado “Turismo em foco” para abordar temas que estão sendo tendência na atividade turística. Fazer com que o ouvinte compreenda que a cadeia turística não é só a sua realidade local, mas que esta consegue envolver diferentes atores. Turismo de Saúde foi outra proposta de discussão. A ideia foi falar sobre como este seguimento é praticado por pessoas que procuram tratamentos eletivos de saúde e procedimento cirúrgicos fora do seu lugar de origem.

Ainda no segundo bloco, o programa seguiu com o quadro “Giro 360”, com abordagens e comentários sobre as principais notícias dentro do contexto turístico, tanto local como internacionalmente. Foram repassadas informações

como cotação do euro e do dólar, abordagens sobre os cenários político e econômico, situação de aeroportos e previsões de voos, dentre outros assuntos.

O encerramento do programa foi feito com o típico agradecimento aos participantes e o reconhecimento das contribuições dos especialistas no contexto do turismo. Na mesma perspectiva, disponibilizamos e-mail e canais para que os ouvintes pudessem entrar em contato com o programa, a fim de sugerir temas para debates e tirar suas dúvidas.

A escolha do nome do programa se deu pela forma como estamos nos comunicando nas redes sociais e o quanto esta comunicação demanda uma gama de sentimentos e emoções. Ao expressar nas redes #partiu, a comunidade que está inserida nessas redes entenderá que alguém está indo a algum lugar e assim despertará interesse daqueles que vê ou ouve o conteúdo.

O objetivo principal do programa foi trazer debates sobre o incentivo à arte, à cultura e ao lazer, meio ambiente entre outros temas inerentes ao turismo. Através do dinamismo da atividade turística, esses temas não se isolam e estão sob o interesse do ouvinte.

Todo o projeto está inserido no gênero especial (BARBOSA FILHO, 2003), que recebe essa denominação por não possuir uma função específica como outros gêneros radiofônicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O rádio se apresenta como um meio de representação social, reafirmando todo o compromisso que este veículo de comunicação possui com a sociedade em diversos níveis. Durante o processo de apuração e construção deste produto, quisemos reforçar a importância deste veículo em difundir novas e reafirmar imagens já existentes sobre a localidade.

Diante disso, é de fundamental importância levar o debate à comunidade, propagando a ideia de que cabe ao residente também trabalhar em prol do desenvolvimento do turismo de modo sustentável e com responsabilidade social.

O programa contribui para que o morador perceba seu lugar como turístico e compreenda no turismo uma atividade importante em diversos aspectos, seja cultural, econômico ou social e que, além do poder público e da iniciativa privada, ele também está inserido no desenvolvimento desta cadeia dinâmica.

Levando em consideração a importância da difusão de informações e do debate sobre o turismo local, seria oportuno que houvesse um tempo reservado dentro da programação de emissoras comerciais, e que estas adotassem esse modelo de programa e dessa forma, conseqüentemente, poderíamos ter cidadãos mais conscientes, quando o assunto em questão for o turismo. Os debates sobre turismo não se encerram aqui, este tema está em constante evolução, por ser uma atividade altamente dinâmica e não restrita, essas discussões precisam ser contínuas para que as mudanças sejam perceptíveis mesmo que a longo prazo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: annablume, 2006.

_____. **Do local ao global: o turismo litorâneo cearense**. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

MCLEISH, R. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 13 ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística**. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**. Florianópolis: Terceiro Milênio, 1998.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

ROSE, Alexandre Turatti. **Turismo, planejamento e marketing: aplicação da matriz de portfólio para destinações turísticas**. Editora Manole Ltda, 2002.

SANTOS, M. I. D. A. **Gênero e comunicação: o masculino e o feminino em programas populares de rádio**. São Paulo: Annablume, 2004.

TRIGO, L. G. G. **Turismo Básico**. 7. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

Turismo de negócios no país tem alta de 9,5% e 2019 segundo a Abracorp. Acesso em: 20 fevereiro 2020; Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13340-turismo-de-neg%C3%B3cios-no-pa%C3%ADs-tem-alta-de-9,5-em-2019,-segundo-abracorp.html>

Ocupação Média de voos que chegam a Maceio. Acesso em: 12 fevereiro 2020 Disponível em: <http://www.sedetur.al.gov.br/index.php/noticia/item/2545-ocupacao-media-de-voos-que-chegam-a-maceio-e-de-93>

Air Italy anuncia o fim de suas operações. Acesso em: 12, fevereiro 2020
Disponível em: https://www.panrotas.com.br/aviacao/empresas/2020/02/air-italy-anuncia-o-fim-de-suas-operacoes_171023.html

indicadores de analfabetismo no Brasil. Acesso em: 02, outubro 2020;
Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/indicadores-de-analfabetismo>

ANEXOS

Pauteiro: Reidla Glaucia

Retranca: Turismo Social em Alagoas

TEMA: Você sabe o que é turismo social?

SINOPSE: Uma nova maneira de viajar tem levado muitas pessoas a enxergar o turismo de uma forma diferente. Aliar atividade turística com ações de cunho social é uma das propostas do Turismo Social, porém no Brasil esta modalidade ainda é pouco difundida, pois poucas instituições trabalham em prol do bem-estar social aliado ao desenvolvimento da atividade turística.

ENCAMINHAMENTO: Apresentar para o ouvinte quais as características desta modalidade do turismo. Realizar um levantamento de dados desta atividade no estado de Alagoas junto aos órgãos promotores do turismo social e verificar se existe alguma ação de promoção do turismo social encampada pelo governo.

FONTES:

SESC-AL – Rua Barão de Alagoas n. 229, Centro, Maceió - AL

Fone: 3201-1350

Contato: Clélia

Cargo: Gerente de Turismo, lazer e saúde.

SESC- Guaxuma

Rua Cel. Mário Saraiva S/N Guaxuma, Maceió –AL

Contato: Apolinário Junior

Cargo: Coordenador de Turismo Social

Contato Patricia Pyta

Cargo: Analista de Turismo Social

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS

Fone: 79-9193-5434

e-mail: rosanaeduardo@yahoo.com.br

Professora Doutora Rosana Eduardo

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- Em que consiste o turismo social?
- Quais as entidades que trabalham com esta modalidade em Alagoas?
- Por que o turismo social é diferente do turismo comercial?
- Qual o perfil do usuário dos serviços SESC?
- Qual o público-alvo desta modalidade?
- Quais as atividades desenvolvidas pelo SESC-AL
- Abordar sobre a demanda dos serviços do SESC-AL
- Apresentar os números emissivos e receptivos do SESC-AL.
- Existe alguma política pública voltada ao desenvolvimento do turismo social em Alagoas?

- Uma breve perspectiva histórica a cerca do turismo social
- Quais as principais características do turismo social?
- Qual o papel fundamental do turismo social?
- Na sua concepção, o turismo social contribui para melhoria de vida do usuário?



Ilm^ª. Senhora

0012 – 06.jan.2020

MÉRCIA PIMENTEL


Professora do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes - ICHCA / UFAL
Nesta

Prezada Senhora,

Em atenção ao e-mail, datado de 25/11/2019, acerca da solicitação de V.S^ª. para realizar "entrevista" com a Coordenação do Turismo Social do Sesc Alagoas, como contribuição para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da aluna Reídia Gláucia, do Curso de Jornalismo, dessa Universidade Federal, informamos o atendimento ao pleito.

Por oportuno, colocamo-nos a vossa disposição para as informações adicionais que se fizerem necessárias com o **Sr. Apolinário Júnior**, Coordenador do Turismo Social do Sesc Alagoas, por meio do telefone (82) 98752-9616 e do e-mail: apolinario@sescalagoas.com.br.

Atenciosamente,


CLÉA COSTA DO NASCIMENTO
Gerente da Divisão de Saúde e Lazer

Pauteiro: Reidla Glaucia

TEMA: Turismo de Saúde

RETRANCA: Benefícios do Turismo de saúde - até onde o turismo pode contribuir para saúde e bem estar do viajante

SINOPSE

Uma nova modalidade de turismo está ganhando notoriedade tanto no Brasil quanto em outros países. O turismo de saúde é praticado por pessoas que viajam em busca de alguma especialidade médica ou até mesmo para realizar algum procedimento voltado para saúde e bem-estar. Segundo o ministério do turismo, é definido como “atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos”.

ENCAMINHAMENTO: Apresentar para o ouvinte como o turismo de saúde está se destacando dentro do cenário nacional e internacional. Realizar um levantamento de dados desta atividade no Brasil de junto aos órgãos que tratam dessa modalidade de turismo.

FONTES:

ABRATUS - Associação Brasileira de Turismo de Saúde

Entrevistada: Julia Lima - Presidente da ABRATUS

e-mail: email@julialima.info

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1- Explicação sobre o histórico o Turismo de Saúde no Brasil;
- 2- Principais procedimentos feitos no Brasil

3- Principais polos de turismo de saúde no Brasil.