



A Importância da Imagem para o Turismo

Autor(es): PEREIRA, Taiane Hardtke
Apresentador: Taiane Hardtke Pereira
Orientador: Caroline Ciliane Ceretta
Revisor 1: Alice Islabão Lopes
Revisor 2: Urania Pereira Sperling
Instituição: Universidade Federal de Pelotas

Resumo:

O turismo é uma atividade que vem se desenvolvendo econômica e socialmente no decorrer dos anos. Seu desenvolvimento é muito importante, em especial, para a economia de diversas regiões do mundo, que o consideram como “carro-chefe” de suas economias. A imagem, como recurso utilizado por empresas e destinos turísticos, para divulgação e promoção de suas atividades no mercado, é a forma como as pessoas se lembrarão de tal empresa ou destinação turística. Nesse sentido, este trabalho objetiva identificar a importância da imagem para o turismo, fundamentado na sua utilização em campanhas promocionais realizadas pelo marketing turístico. Metodologicamente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica acerca do turismo, do marketing turístico e da imagem para o turismo. Apresenta-se uma breve contextualização histórica sobre o turismo, definindo-o como a soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais. Com relação ao marketing turístico, apresenta-se sua relação com o marketing e com o turismo, definindo-o como o conjunto de todas as ações no mercado turístico que objetivam atender às necessidades dos turistas. A imagem é apresentada como um recurso utilizado por empresas e destinos turísticos, para divulgação e promoção de suas atividades para o mercado, afirmando que ela é percebida diferentemente por cada pessoa e, especificamente para o turismo, a imagem possui um significado mais aprofundado, uma vez que a decisão do consumidor acontece com maior prudência do que em relação aos produtos tangíveis de outros segmentos. Com base nesta teoria, pode-se concluir que a imagem possui papel muito importante para o turismo, uma vez que, na maioria das vezes, o consumidor escolhe um local pela imagem a ele apresentada. Assim, a imagem, em especial a fotográfica, necessita ser bem utilizada em peças ou campanhas promocionais no turismo, pois o local precisa possuir uma imagem forte e racional para convencer o turista a visitá-lo. Além disso, deve-se sempre reavaliar a imagem de um local, para identificar possíveis falhas de comunicação e, no caso de haver falhas, a imagem deverá ser melhorada ou refeita, para que transmita de forma mais verdadeira a realidade da destinação turística.