

RESUMO

A base do presente trabalho é a relação entre mídia e turismo, tendo como pano de fundo um estudo de recepção da campanha publicitária destinada à divulgação da Estrada Real. É preciso estudar a relação entre teorias comunicacionais e o turismo, a fim de se obter um maior conhecimento de como as mensagens são recebidas. Analisar-se-á, através de uma pesquisa realizada com turistas que visitaram este destino, como a campanha de divulgação da Estrada Real foi percebida por diferentes pessoas. E, ainda, se a expectativa do futuro turista foi correspondida ao ser confrontada com a realidade. É possível que a campanha publicitária deste grandioso projeto não tenha sido eficazmente absorvida? Esta é a questão central deste trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: Estrada Real. Teoria da recepção. Marketing turístico. Imaginário Turístico.