



**Comunicação e Turismo:  
A presença do audiovisual nos anos 1970/1980<sup>1</sup>**

Susana Gastal<sup>2</sup>

Universidade de Caxias do Sul  
Pontifícia Universidade Católica do RS

**Resumo**

Nas décadas de 1970 e 1980 foi realizada em Porto Alegre/RS, uma experiência talvez sui generis em termos de comunicação turística. O fotógrafo Flávio Del Mese passou a organizar suas fotos de viagem em *audiovisuais*, que apresentava regularmente, sempre para platéias consideráveis. A iniciativa, que em princípio tinha como tela a sala de visitas do fotógrafo, passou a ocupar salas e teatros, em especiais os administrados pela Prefeitura de Porto Alegre, e acabou por ter espaço próprio e exclusivo para este fim. O artigo procura, em registrando a experiência, analisar e avançar no conceito de *comunicação turística*, conforme proposto por Rudimar Baldissera (2007), e mediações, segundo Martin-Barbero (1997).

**Palavras-chave**

Turismo; Comunicação Turística; História do Turismo; Audiovisual; Porto Alegre/RS.

**1 Introdução**

Nos anos 1970 e 1980, registra-se no cenário cultural de Porto Alegre/RS uma importante experiência em termos de comunicação e turismo. Neste período, o fotógrafo Flávio Lupo Del Mese produzia e apresentava *audiovisuais* – montagens multimídias unindo projeção de slides, narração e sonorização – nos quais relatava suas viagens por diferentes destinos. A experiência foi tão bem sucedida, que Del Mese montou,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

<sup>2</sup> Susana Gastal é doutor em Comunicação Social pela FAMECOS/PUCRS. É professor da graduação e do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, e do Curso de Turismo da Famecos/PUCRS



inclusive, um teatro próprio, para apresentar suas produções sobre a Tailândia, China, Índia, Ilha da Páscoa, entre outros destinos, alguns já consagrados, outros que ele ajudou a construir turisticamente.

Neste artigo procura-se, em primeiro lugar, registrar a experiência de Del Mese e, em segundo lugar, discuti-la enquanto processo de comunicação, utilizando-se para tal do conceito de *comunicação turística*, na ótica de Rudimar Baldissera (2007), e o de *mediações*, proposto por Martin-Barbero (1997).

A comunicação turística envolveria mais do que a soma das duas palavras, como conceitos complementares. A palavra comunicação derivaria do latim *comunicare*, que significaria *tornar comum*, uma origem ampla e até certo ponto bastante genérica, contribuindo para levantar discussões sobre a cientificidade do campo e sobre a real natureza de seu objeto de estudos. A expressão *comunicação social* se, por um lado, dá maior precisão, cria outros complicantes, pois as mídias são cada vez mais diversificadas e, portanto, com especificidades. Turismo, por sua vez, envolveria os processos que incentivem, facilitem e viabilizem os deslocamentos, assim como a recepção àqueles que se deslocam, nos destinos. Unir a comunicação e turismo, entretanto, supõe um pouco mais do que os processos de informação sobre o como viajar e sobre as possíveis facilidades encontradas num determinado destino. Como propõe Baldissera (2007, p. 2), “a comunicação não apenas perpassa todo processo turístico, senão que o macula e, em muitos casos e em níveis diversos, constitui-se em sua condição de realização”.

Pela comunicação um atrativo, produto, pólo turístico passa a existir socialmente, ou seja, antes disso, sua existência tende a se reduzir a uma existência localizada, tangível ou intangível. Mediante processos comunicacionais de qualidades diversas, essa existência potencial é informada e / ou comunicada aos públicos, experimenta processos de nomeação, transação / negociação para assumir seu caráter turístico (BALDISSERA, 2007, p. 2).

Nestes termos, em especial, se o atrativo *passa a existir* via comunicação, outro conceito importante para pensar a *comunicação turística* será o de *mediação*, que permite melhor percorrer a construção de sentido associada ao que se nomearia de turístico. Para Jesús Martin-Barbedo, partir das mediações significa partir dos “dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural” (MARTIN-BARBEDO, 1997, p.304). Martin-



Barbero busca entender um meio específico, a televisão, mas a *mediação* será um conceito que pode ajudar a entender outras construções de sentido nos cotidianos familiares, sociais e culturais – para ele, os três espaços por excelência de construção das mediações –, tornando importante pesquisar “a partir da análise das lógicas de produção e recepção [...], isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural” (MARTIN-BARBEDO, 2003, p.304), acrescente-se, do turismo. As mediações, portanto, envolveriam:

(...) os elementos que compõe a urdidura na qual a trama cultural se realiza, pano de fundo para pensar a atuação dos produtos massivos e a compreensão da apropriação cultural feita pelo receptor. [...] Mediação pode ser entendida, portanto, como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o ‘espaço’ que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção (JACKS, 1999, p.48).

A pergunta que aqui se coloca, nestes termos, seria se o *audiovisual*, conforme exercitado nos anos 1970 e 1980 seria uma mídia ou, mais precisamente, uma mediação. Para tal, apresenta-se e analisa-se a experiência do fotógrafo Flavio Del Mese, em Porto Alegre, neste período.

## 2 O Audiovisual

Falar de audiovisual, na acepção que este teria nos anos 1960/1970, não é tarefa muito fácil. Como explicar para as novas gerações, por exemplo, o que é um *slide* ou diapositivo, na época da câmara digital, quando o filme e suas modalidades desaparecem? Como explicar o que era um *projektor de slides*, a máquina utilizada para, digamos, jogar na tela os diapositivos?

Para estas colocações iniciais, faz-se necessário um dicionário, preferencialmente uma publicação contemporânea ao fenômeno, como o **Dicionário de Comunicação**, lançado pela Codecri em 1978. Lá se pode ler, no verbete *audiovisual*, primeiro, que seria “qualquer *comunicação* destinada simultaneamente aos sentido da

audição e da visão”, acrescentar depois que seria, então, “qualquer meio que transmite mensagens através de som e imagem: cinema, televisão, o próprio veículo denominado ‘audiovisual’” (RABAÇA et al, 1978, p. 29). Pode-se deduzir, desta maneira, que na época o *audiovisual* seria visto como um *veículo* então equivalente ao cinema e à televisão.

Ainda no mesmo verbete, na mesma publicação, se explica que o tal veículo era muito utilizado em sistemas didáticos, tanto em escolas como em programas de treinamento de pessoal, utilizando-se simultaneamente “slides, filmes, cartazes, discos, fitas, etc. O estímulo simultâneo aos dois sentidos proporciona maior retenção de informação, melhor assimilação, raciocínio, interesse e imaginação, o que faz do sistema audiovisual um método rápido e eficaz” (RABAÇA et al, 1978, p. 29). Mas será no item 5 do verbete, que o veículo audiovisual é plenamente descrito:

Veículo caracterizado pela apresentação simultânea e sincronizada de uma seqüência de slides<sup>3</sup> e de fita magnética, previamente gravada com narração e trilha sonora. Utiliza às vezes dois ou mais projetores, acoplados a um dispositivo (*dissolver*) que faz a transição entre dois slides sucessivos através da fusão de imagens. A fita de áudio é programada com bips (sinais eletrônicos que fazem acionar automaticamente os projetores de slides no exato momento da narração, ou sinais auditivos, que indicam ao operador o momento de mudar o slide que está sendo projetados). Este sistema é indicado para apresentações publicitárias ou de cunho institucional, dirigidas a pequenos grupos. Frequentemente utilizados como ilustração ou complemento de exposições orais, palestras, etc. o audiovisual apresenta, para este fim, algumas vantagens (de baixo custo, alto índice de retenção de mensagem, versatilidade etc.) em relação ao cinema e ao vídeo-cassete (RABAÇA et al, 1978, p. 29).

Em termos mais contemporâneos, o audiovisual foi substituído pela palavra multimídia para apresentar a combinação – agora controlada por computador – de meios como textos e fotografias, associando-os a áudios, vídeos e outras formas de animação. O produto final tanto pode estar *on line* como *off line*, não raro com funções didáticas de auxiliar o trabalho do professor em sala de aula ou em palestra, tornando quase ingênua a tecnologia *primitiva*, utilizada na ocasião.

---

<sup>3</sup> *Slide*: Dispositivo fotográfico. Foto positiva e transparente com base em acetato de celulose e elementos dispostos horizontalmente. Ao contrário do diafilme, o slide é um quadro isolado, de filme de 35mm, geralmente montado em moldura de plástico ou de papelão e ampliado por meio de projeção diascópica (RABAÇA et al, 1978, p. 435). *Diascópio*: Aparelho destinado à projeção de imagens transparentes, ou seja, de diapositivos. (*idem*, p.156)



Nos anos 1970, os documentários audiovisuais seriam pouco difundidos no Brasil. Para além do uso didático já citado, poderiam ser utilizados na apresentação de novos produtos no mercado, mas também, como no caso que será aqui analisado, constituíam-se numa importante fonte de informação. Entretanto, na Europa, seriam espetáculos comuns: “Em países como Inglaterra e França, ir assistir a um audiovisual é tão comum como ir ver um filme”, segundo Flávio de Mese (in MORAES, 2005). Um exemplo disso seria a *Connaissance du Monde*, uma sociedade cujos membros montam documentários audiovisuais sobre diferentes locais do mundo que tivessem visitado e que os associados desejassem conhecer.

### **3 O case Flavio Del Mese**

Flavio Del Mese, segundo suas próprias palavras, tornou-se fotógrafo quase por acaso. Iniciou-se na técnica com seu pai, um apaixonado pela fotografia, o que incluía, inclusive, revelar e ampliar suas fotos em um laboratório doméstico. Na década de 1960, fazia comentários para o jornal *Correio do Povo* sobre corridas de automóveis – na época ele era piloto de tais corridas – e as fazia acompanhar por suas próprias fotos das disputas automobilísticas. Em 1969, morando na Inglaterra, participou de cursos de fotografia, para melhorar sua técnica. Já na condição de fotógrafo, documentou a guerra do Vietnã e do Laos. Na experiência europeia, muitas vezes acompanhava os repórteres em matérias pelo continente, algumas nelas em lugares pouco usuais.

(...) eu fui a lugares esquisitos que eu jamais iria, por exemplo, a Castelaneta, o lugar onde nasceu Rodolfo Valentino, quando (...) faziam, parece, que 100 anos da chegada dele em Hollywood ou do nascimento dele... Eu fui para aquela zona toda em que nunca imaginei ir. Outra vez fui a Corinto, na Grécia. Mas eram sempre viagens de três ou quatro dias. A Portugal eu fui com eles várias vezes (...). (in MORAES, 2005, p 26).

De volta ao Brasil, acabou por realizar fotografias publicitárias para muitas empresas, entre elas, as cantinas da Serra Gaúcha.



Flávio Del Mese teve sua primeira experiência com os audiovisuais de viagens em 1973. Ao voltar de uma viagem à Ilha da Páscoa, realizada em companhia do escultor Xico Stockinger, as fotos começaram a ser mostradas aos amigos e, depois, aos amigos dos amigos. Como tivera uma disciplina sobre audiovisuais num dos cursos realizados na Inglaterra, produziu um audiovisual com as fotos, textos com informações e música da região para facilitar a apresentação aos amigos. Após várias apresentações em casa, reservou uma sala da Prefeitura de Porto Alegre, o Teatro de Câmara, mas sem intenção de mostrar ao grande público, mas apenas aos amigos. O primeiro audiovisual já vinha em versão completa, com som, texto gravado e sincronização, mas a diversidade das imagens foi sendo ampliada.

Foi algo muito empírico, já que não se havia programado antes fazer este trabalho. Pensei que seria um espetáculo só para os amigos, nunca tive a pretensão de mostrar o resultado em teatro. Mas o negócio foi crescendo, sendo falado, despertando o interesse, e a resposta do público foi fora de série. Diante do interesse demonstrado e da possibilidade em levar adiante a experiência, favorecendo o pagamento das minhas viagens a locais que particularmente me atraíam, resolvi remontar o audiovisual, agregando novas imagens e um texto didático para apresentações mais profissionais.

Os audiovisuais, depois das primeiras experiências com cem ou 130 slides, como o pioneiro A Fantástica Ilha da Páscoa, possuíam cerca de 550 slides. Eles eram projetados por três projetores de slides, sincronizados, que exibiam as imagens quase em simultâneo, dando-lhes dinamicidade. Os textos eram muito pessoais e relatavam as experiências do Flávio Del Mese viajante. Depois o texto era gravado pelo próprio Flávio, e sonorizado com fundo musical; os discos com músicas locais eram trazidos das viagens, já com esta finalidade. Imagem e som eram transmitidos sincronicamente, permitindo que os seus espectadores viajassem com ele em cada exibição, “sempre por países que me interessava conhecer e não que fossem mais vendáveis turisticamente”, segundo Del Mese (apud MORAES, 2005, p. 29). Termina a apresentação, o fotógrafo subia ao palco e conversava com a platéia.

Em 1974 apresentaria Tahiti, 17<sup>o</sup> Pacífico Sul, também no Teatro de Câmara. A novidade foi a realização de uma pequena exposição de objetos trazidos do Tahiti e da Polinésia Francesa, como conchas, colares, chapéus, quadros, etc. Outra novidade é que esta viagem seria realizada a convite da empresa aérea Avianca, que iniciava um vôo na



rota Lima/Peru a Pappete/Tahiti. Por muito tempo, Flavio também manteve relações com a Air France.

Seguiram-se, nos anos seguintes, 47 audiovisuais<sup>4</sup>, cada vez com maior sofisticação de texto, imagem e sonorização. A estada de Del Mese na China gerou A China Que Eu Vi, audiovisual de uma hora de projeção, contendo 600 slides. O apelo especial neste audiovisual seria o de seu texto, na primeira versão, ter sido totalmente vetado pela Censura do regime militar: a exemplo das demais mídias, também o audiovisual deveria ter liberação da censura Federal brasileira, para poder ser exibido.

Os audiovisuais registravam destinos alcançados por via aérea, com apoio ou não de empresas aéreas, mas as viagens alternativas também foram incentivadas. Patagônia - O Encanto do Fim do Mundo mostra a viagem realizada com um motor-home. O audiovisual Até o Chile Pelos Caminhos da Aventura apresenta uma viagem com veículo com tração nas quatro rodas, cruzando a Cordilheira dos Andes, passando por montanhas e o deserto da América do Sul, antes que o cinema consagrasse o roteiro percorrido por Guevara, nas mesmas rotas.

As apresentações não se restringiam a Porto Alegre. Flávio Del Mese apresentou seu trabalho em outras cidades do Rio Grande do Sul, como Estrela, Santa Maria, Novo Hamburgo, Pelotas e Caxias do Sul, conquistando um público fiel, que não perdia a oportunidade de, com ele, descobrir novos lugares. A cada exibição, se constitui o que viria a ser um público fiel:

(...) eu tenho dificuldade em definir o público, mas sem dúvida que, que você vai adquirindo certos, vamos chamar de clientes para facilitar as coisas, os espectadores no acaso, que vão a tudo que tu fizer mais o universo periférico

---

<sup>4</sup> Seguiram-se, nos anos seguintes, Viva México; A China que eu vi; Jerusalém, Cidade Sagrada; Japão, País do Sol Nascente; Viajando por Viajar; Tailândia - Jóia da Ásia; Ilha de Páscoa – 1980; Pelos Caminhos de Nuestra América; Pelos Caminhos do Peru; O Maravilhoso Mundo de Walt Disney; Cuba Viagem à Ilha Proibida; O Longo Caminho de Volta; Tibet Sagrado – Viagem ao fim do tempo; Bonjour Paris; Paris nas Quatro Estações; Passagem para Kathmandu; Érico conta o Rio Grande; Descobrir Portugal; Nova Zelândia: a Última Utopia; Estranha e maravilhosa Austrália; Oshkosh, Canadá e Hollywood; Da Espanha ao mágico Marrocos; Egito, o olhar dos séculos; O Nilo Azul; Agora Viene, México!; México Dois: Margaritas, Pirâmides e Mariaches; Austrália dos Verdes Mares; Tudo Isto é Canadá; O Exótico Fascínio de Bangkok; A Terra dos Templos de Ouro; New York – New York; Alaska – A Última Fronteira; Patagônia – O Encanto do fim do mundo; Índia – Uma viagem de corpo e alma; Até o Chile pelos caminhos da aventura; A Índia (II) em nosso trem; Paris Toujours Paris; PARIS – É um verão de mil festas; O Caminho de Santiago; BALI: De volta ao Paraíso; ESTOCOLMO – A Luz da Suécia; Na Terra do Sol da Meia-Noite; ISLÂNDIA – O Esplendor da ilha do gelo e do fogo.

que vão quando as coisas interessam (...), quando o sujeito tem vontade de ir ao país (...) (DEL MESE in MORAES, 2005, p. 34).

Fotografar diferentes lugares do mundo tornou-se a profissão de Flávio Del Mese e, logo, depender de espaços públicos ou privados cedidos para mostrar seus audiovisuais, não seria mais possível. Em 1978 comprou uma casa de esquina no bairro Cidade Baixa, em Porto Alegre, reformando-a e a transformando na primeira e talvez única sala no Brasil planejada e construída especialmente para a exibição de audiovisuais. O Studio Del Mese foi inaugurado em junho de 1979; acolhia 150 pessoas em instalações confortáveis, com ar condicionado – numa época em que este era um conforto ainda raro, mesmo nos cinemas e salas de espetáculos –, decoração com painéis do escultor Xico Stockinger e um sistema de projeção Kodak, permitindo a realização de um espetáculo de alto nível e que estava sendo bem prestigiado pelo público. A sala funcionou por pouco mais de vinte anos.

Os audiovisuais de Flávio funcionavam como uma propaganda, pois muitas pessoas acabavam viajando após assistir as projeções. Logo, ele resolveu montar uma consultoria de viagens para auxiliar seu público, prestando informações e dando dicas para economizar na viagem. As pessoas pagavam 100 dólares para serem orientadas, por uma hora, ao que fazer e, principalmente, ao que não fazer em determinado local.

Tanto que a partir daí eu monto uma consultoria de viagens, a palavra consultoria hoje tá totalmente desgastada, quem não faz nada, inventa, diz que é consultor. Mas na época, com o apoio do teatro e da televisão, claro que funcionava muito bem... as pessoas iam pra determinados lugares que eu conhecia e que eu estivesse estado recentemente e eu orientava o que fazer e, principalmente, o que não fazer. Eu não me lembro quanto eu cobrava, eu acho que eu cobrava, na época, 100 dólares, era o dólar 1 por 1 e as pessoas me diziam, freqüentemente, que economizavam por dia o que tinham me pago na consultoria.

Pela abrangência de público, periodicidade, diversidade de produtos e qualidade da produção e da infra-estrutura de exibição, a presença dos audiovisuais de viagem foi uma presença importante no momento em que, no Rio Grande do Sul, se constituía oficialmente o Sistema Estadual de Turismo. O Estado passaria a contar com uma Secretaria Estadual de Turismo, como órgão político, e uma Companhia Riograndense de Turismo – CRTUR, como seu braço executivo. Embora o país colocasse impedimentos à saída de brasileiros do país, como o depósito prévio de mil dólares para





quem desejasse ir ao exterior, *turismo* era uma palavra que aguçava imaginários e práxis. Ao que tudo indica, a atuação do fotógrafo Flávio Del Mese, com seus audiovisuais sobre destinos turísticos ou com possibilidade a tal, se não contribuiu para que as viagens se concretizassem, teve papel importante na construção da comunicação turística sobre os mesmos.

#### **4 Encaminhamentos finais: os caminhos de uma *comunicação turística***

Como colocado nos itens anteriores, o fotógrafo Flávio Del Mese passa de amador desinteressado, que escolhe seus destinos de viagem – depois transformados em audiovisuais – sem se preocupar se eles seriam ou não *turísticos*, a convidado vip em *famtours* promovidos por empresas aéreas. Os lugares visitados, por mote próprio ou a convite, apresentados nos audiovisuais, logo se transformam em sucesso de público, interessado ou não em concretizar a viagem. Realizam, como espectadores, “uma viagem possível, sem passagem, sem passaporte, sem bagagem, sem depósito compulsório”, nas palavras da jornalista Ivette Barndalise, em crônica no jornal Folha da Tarde (09-09-1976, s/p.). Para a mesma cronista, tal qual a viagem de fato, o audiovisual seria uma possibilidade de *sair da rotina e enveredar por novos caminhos...*

Outro jornalista, Tuio Becker, na mesma Folha da Tarde (8 e 9-05-1982, s/p) comenta que programas alternativos – assistir ao audiovisual de Flávio Del Mese, por exemplo – poderiam ser mais interessantes do que espetáculos mais tradicionais: “Através de seus audiovisuais, todos viajam também um pouco. Ou estudavam a possibilidade de viajar”. O jornalista Hiron Goidanich escreve em Zero Hora, em 18 de outubro de 1985 (s/p):

Através dos audiovisuais de Flávio Del Mese já viajamos bastante por este nosso mundão. Ele nos levou, principalmente, a lugares exóticos e de difícil acesso, como o Tibete, o Tahiti, a ilha da Páscoa, China e Cuba. Essas duas nações, inclusive, foram visitadas e reveladas numa época em que a Antiga República não gostava que incluíssemos em nossas rotas turísticas os países socialistas.

Se considerarmos os audiovisuais uma mídia, como eram apresentados na ocasião, vê-se que eles ganharam ressonância na grande mídia jornalística do momento, na palavra dos jornalistas. Nestes termos é possível retomar o proposto por Baldissera (2007, p. 2), quando afirma que a comunicação, mais do que perpassar o processo turístico, “em muitos casos e em níveis diversos, constitui-se em sua condição de realização”. Ou seja, os audiovisuais encontram um público sedento por viajar, mas, numa época de ditadura e sendo necessário, por um bom período, pagar um depósito compulsório de mil dólares para poder deixar o país, viajar nos roteiros virtuais propostos por Del Mese, cumpriu dois papéis, pelo menos: divulgar lugares, tornando-os turísticos no sentido de convidar a sua visita; ensinar a um público, ainda pouco viajado, a viajar. Nestes termos, a presença do fotógrafo-autor do roteiro-viajante, dando informações de viva voz no final da apresentação, se constitui não só em diferencial, mas cria a cumplicidade que permite a pergunta descompromissada, nos bate-papos com o público nos finais de sessão. O processo comunicacional informa a existência potencial, permitindo “processos de nominação, transação / negociação para assumir seu caráter turístico”, como proposto por Baldissera (2007, p. 2).

Nestes termos, num mercado turísticos que começava a se expandir significativamente na década de 1970, é possível apresentar os audiovisuais de Flavio Del Mese como uma das mediações que permitiriam ao fenômeno das viagens, buscar este público sedento por sair dos seus cotidianos e rotinas. Conforme depoimento dado à Moraes (2005, p.56), sobre a relevância do trabalho de Del Mese:

Foi observado que os entrevistados acreditam que Flávio Del Mese e as projeções audiovisuais tenham colaborado com o turismo nas décadas de 1970 e 1980, estimulando um viajante mais independente, mostrando como era importante conhecer para poder não perder tempo e dinheiro, conforme dizem: “Principalmente porque ele (...) meio que estimula, né, necessariamente não a fazer pacotes também, mas a fazer (...) por si, ele fica dando aquelas dicas e até como é onde é que tu gasta menos, como é que tu faz, né, eu acho que justamente, tenho certeza que ele estimula (...) um viajante mais independente

O audiovisual se constitui num espaço de mediação, no sentido criado por Martin-Barbero, pois ali se dá o lugar de produção e a recepção, do qual provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural sobre o que viria a ser visto como turismo. Não mais um turismo de elite,



disponibilizado para poucos, mas a um turismo do tipo *do yourself*, aberto e disponível a todos. Cria-se, também, o sonho da viagem, pois: “Vamos até o Tibete, sem sairmos de Porto Alegre”, como teria escrito o jornalista Hiron Goidanich no jornal Zero Hora (MORAES, 2005, p. 49).

### **Referências Bibliográficas**

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação Turística**. Intercom – VIII Congresso Brasileiro de Comunicação da Região Sul. Paaso Fundo/RS, 2007

JACKS, Nilda. **Querência**: Cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

MARTIN-BARBEDO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MORAES, Sheila Gonçalves. **Os audiovisuais e o turismo no Rio Grande do Sul: o “caso” Flávio Del Mese**. Porto Alegre, Curso de Turismo, FAMECOS/ PUCRS. Monografia, 2005

RABAÇA, Carlos A e BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.