

EDITORIAL

Estamos próximos dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016 que acontecerão no Brasil. É uma grande oportunidade para os pesquisadores e os profissionais da área do Turismo aprofundarem a investigação e o conhecimento sobre esses megaeventos e sua relação com a atividade turística, bem como analisar o posicionamento do nosso país no cenário internacional.

Assim, aproveitamos para encorajar os nossos colaboradores/pesquisadores à realização de pesquisas e à submissão de artigos que tratem destes grandes eventos e a sua contribuição para o desenvolvimento do Turismo no Brasil.

Ressaltamos os nossos objetivos para 2016: a indexação pelo *Sciello e Redalick* e, visando adequar a RTVA às normas e aos periódicos internacionais, estamos migrando das normas ABNT para normas APA. Por conseguinte, a partir da data de publicação desta 2ª edição/2016, os artigos submetidos deverão atender às normas APA, afim de que a primeira edição de 2017 já esteja totalmente dentro das novas diretrizes. Acompanhe as modificações nas políticas e nas diretrizes de submissão de artigos para autores no nosso site.

Finalizando, agradecemos aos nossos colaboradores que contribuíram para a preparação desta edição, nas etapas de submissão, avaliação e editoração. É um trabalho desempenhado por profissionais/pesquisadores, avaliadores e uma equipe editorial empenhada e comprometida com a divulgação da produção científica do Turismo e das áreas afins, com a clara intenção de compartilhar novas descobertas nessas áreas de conhecimento.

Seguindo a nossa política de editoração, selecionamos oito artigos que contemplam a perspectiva da transversalidade inerente à área do Turismo em suas diversas temáticas, como gestão, hotelaria, cultura e patrimônio, meio ambiente, turismo no espaço rural e de aventura, turismo religioso, influência das tecnologias da informação e da internet no turismo, os quais são apresentados a seguir.

O **Estudo sobre o turismo em espaço rural em Barra do Piraí e sua relação com o desenvolvimento** é o primeiro artigo e analisa de que forma o turismo em espaço rural tem influenciado no desenvolvimento do município de Barra do Piraí, localizado no Sul Fluminense, na região conhecida turisticamente como Vale do Café.

No artigo **Eu quero é “botar” o meu bloco na rua: uma análise do carnaval de Belo Horizonte entre os anos de 2013 e 2015**, os autores discutem o carnaval de Belo Horizonte/Minas Gerais, o qual é influenciado pelo envolvimento dos agentes como poder público municipal, patrocinadores, carnavalescos, e o fornecimento de infraestrutura urbana, logística e da agenda de entretenimento.

No terceiro artigo, **O Turismo de Aventura em Taquaruçu – TO: atividades e riscos**, os autores analisam de que forma as atividades de aventura estão sendo desenvolvidas em Taquaruçu – TO, no que diz respeito aos riscos para seus praticantes, tendo como referência as Normas Técnicas da ABNT de certificação de atividades de aventura, considerando-se a classificação, a orientação e o inventário de perigos e riscos.

O advento das tecnologias da informação e da Internet modificou os comportamentos dos consumidores em diversos setores de consumo. O artigo **Comentários de Viagem na Internet (CVI) na escolha de um destino turístico: um estudo baseado nas teorias do comportamento planejado e aceitação tecnológica** analisou os fatores comportamentais e tecnológicos que influenciam na escolha de um destino turístico.

No quinto artigo, os autores utilizam como fonte de informação o Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) para analisar o desempenho da qualidade dos serviços prestados nos hotéis de Florianópolis, a partir da percepção dos hóspedes de negócios: **A percepção dos hóspedes de negócios quanto ao desempenho da qualidade dos serviços prestados nos hotéis de Florianópolis: uma análise a partir do conteúdo gerado no *website booking.com***.

No artigo **O Turismo Religioso e o processo de comunicação de *marketing*: um estudo do Santuário de Santa Paulina em Nova Trento – SC**, os autores analisaram o processo de comunicação de *marketing* junto aos visitantes do

Santuário, descrevendo o perfil do anunciante e o público-alvo, os meios e as mensagens transmitidas, avaliando os impactos provocados pela comunicação do turismo religioso em relação ao receptor.

Qual é o significado do *souvenir* para o turista? É a pergunta que os autores procuram responder no sétimo artigo **Significados do *Souvenir* Turístico atribuídos pelos Turistas do Passeio de Trem “Maria Fumaça”, estação de Bento Gonçalves/RS**, confrontando o que a teoria apresenta sobre *souvenir*, com a percepção dos turistas referente a tal objeto.

No último artigo desta edição, os autores analisam **A Comunicação nos destinos turísticos e a expectativa dos turistas**. A pesquisa foi realizada em três destinos indutores do turismo e utilizou técnicas estatísticas de regressão linear. Os autores concluíram que as expectativas são mais fortemente geradas pelas fontes de informação *off-line*, possivelmente por serem mais confiáveis

Boa Leitura!