

EDITORIAL

Estimados autores, leitores e colaboradores!

Em ritmo de finalização das atividades do ano de 2014, a Revista Turismo Visão e Ação apresenta sua última edição, “recheada” de novidades.

Não diferentemente das edições anteriores, a terceira edição de 2014 resulta de um trabalho mútuo, desempenhado por profissionais/pesquisadores e avaliadores, bem como por uma equipe editorial empenhada, que, comprometida com a divulgação da produção científica sobre o turismo e áreas afins, tem a clara intenção de compartilhar esta produção, incluindo as novas descobertas produzidas nesta área do conhecimento.

Dentro da perspectiva da transversalidade inerente à área do Turismo, a Revista Turismo Visão e Ação consegue, através de seus artigos, demonstrar a profícua produção científica considerando as inúmeras temáticas, sejam no âmbito da gestão, cultura e patrimônio, meio ambiente, sustentabilidade, entre outras relacionadas ao turismo.

É justamente a diversidade das temáticas e a qualidade da produção publicada que tornam a Revista Turismo Visão e Ação, ambiente propício para aqueles que têm o interesse por uma das áreas mais valorizadas do mundo contemporâneo.

Para esta edição, estão sendo disponibilizados nove artigos, caracterizados por:

Artigo 1- **Turismo Cultural na Amazônia: análise do potencial de várzea, em Abaetetuba (PA)**. O primeiro artigo apresenta uma análise do potencial turístico do patrimônio cultural das regiões de várzea na Amazônia, com base no estudo realizado em Abaetetuba, PA. Os resultados apresentados no estudo fundamentam-se na confrontação entre as concepções públicas e privadas sobre o turismo, frente aos elementos básicos da atividade, realmente disponíveis no cotidiano das populações de várzea da região.

Artigo 2-Turismo e Cultura: Percepção dos Ludovicenses sobre a Identidade Cultural da Cidade de São Luís (MA). Este artigo busca analisar a percepção dos moradores acerca da identidade cultural vista e percebida por eles, quanto à cidade de São Luís do Maranhão-MA. A pesquisa é caracterizada como bibliográfica, documental, tendo sido realizado um estudo de campo para obtenção da percepção dos moradores acerca da cultura local. A pesquisa é justificada pela própria condição do município, conhecido por suas belezas arquitetônicas de origem portuguesa e também por sua multiplicidade cultural popular oriunda de negros, índios e brancos, que mescla cores, lugares, saberes, formas e expressão, diferenciadas pelo modo de vida do povo ludovicense.

Artigo 3- La provincia de Buenos Aires (Argentina): de un espacio a un territorio turístico. Trata-se de um estudo sobre o turismo na província de Buenos Aires, que, há duas décadas (2001-2011) aproximadamente, procura ampliar as ofertas, além das praias da costa atlântica, gerando alternativas ao turismo massivo. Neste processo observa-se uma diversificação e valorização tanto econômica quanto social de elementos naturais, históricos e culturais para serem transformados em atrativos. Dessa forma, o intuito do trabalho é examinar o recente processo de turistificação na quase totalidade da província de Buenos Aires, por meio da análise de páginas de internet, folhetos e outros documentos oficiais, dados estatísticos, entrevistas com funcionários públicos e vizinhos de municípios localizados ao norte da mesma.

Artigo 4- Produção Científica Nacional Sobre Clusters Turísticos. Este artigo faz uma análise da produção científica nacional acerca dos clusters turísticos. Trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico e documental que pode ser definida como revisão de literatura. O material analisado refere-se a artigos publicados em periódicos científicos, trabalhos apresentados em eventos e teses e dissertações na área de turismo e paralelas. Foram analisados trabalhos referentes à: 1) identificação de *clusters*; 2) elaboração de modelos para identificação e avaliação de *clusters* turísticos; 3) análise de articulações entre atores do *cluster*, 4) competitividade dos *clusters*; 5) avaliação do desempenho de *clusters*; e 6) regiões turísticas. O trabalho conclui que a produção científica nessa área, embora de caráter recente, vem se intensificando.

Artigo 5- **Turismo Receptivo: uma análise dos city tours de Curitiba.** Este estudo tem enfoque na inovação e criatividade, bem como a experiência e a perspectiva emocional do consumo, dentro do contexto da competitividade dos destinos turísticos, como ferramentas relevantes para o posicionamento dos produtos e serviços no mercado turístico. O objetivo, dessa forma, analisou de que maneira um dos principais produtos de turismo receptivo, o *city tour*, comercializado na cidade de Curitiba, vem empregando os motes relacionados aos conceitos de 'criatividade/inovação' e 'experiência/emoção'.

Artigo 6- **Estratégias para o fortalecimento do geoturismo no atrativo turístico Gruta do lago Azul, Bonito (MS).** Este artigo identificou as ações de fortalecimento para o geoturismo no atrativo turístico Gruta do Lago Azul, localizado no município de Bonito, MS, e registrado como geossítio do Geopark Estadual Bodoquena - Pantanal. Tratou-se de um estudo com coleta de dados *in situ*, através de entrevista por formulário, de natureza quantitativa, possíveis de serem tabulados e com conclusões estatísticas, que possibilitaram traçar o perfil dos atores (Visitantes, Guias de turismo e Artesãos locais). Da mesma forma, dados de natureza qualitativa, que buscaram contemplar a percepção dos visitantes e da comunidade local quanto ao segmento turístico e contribuições para que o atrativo em questão, pudesse efetivamente sensibilizar e educar os visitantes, e preservar o sítio geológico, além de desenvolver a economia e promover a cultura local.

Artigo 7- **Qualidade percebida e intenções comportamentais de visitantes em Museus: Uma proposta de modelo.** Discute-se neste artigo, a atuação dos gestores de museus e a qualidade percebida pelo público visitante. Dessa forma, a partir da análise do estado da arte, propôs-se um modelo que contemplasse as relações entre antecedentes de satisfação, de aprendizado e recomendação de visitantes de museus. No modelo proposto, os construtos "Atitudes Gerais em Relação a Museus" e "Satisfação" medeiam as relações entre "Qualidade Percebida do Museu", "Comunicação", "Qualidade de Informações", "Orientação à Cultura", "Orientação ao Aprendizado" e os construtos consequentes "Intenção de Recomendar" e "Aprendizado Efetivo" do visitante. Para ratificar as relações propostas na literatura e identificar construtos adicionais à escala de mensuração de qualidade de serviços (SERVQUAL) e de museus (HISTOQUAL), foi feita uma pesquisa exploratório-qualitativa. Os dados foram coletados por

meio de entrevistas semiestruturadas com gestores e minigrupos de foco com visitantes de museus.

Artigo 8- **Somos o que consumimos: aspectos identitários e turismo contemporâneo.** Este artigo retrata o contraponto entre cultura, turismo, e comunicação, de forma a buscar compreender a importância dos elementos culturais na construção da identidade e como são utilizados pelo turismo. A partir daí, reflete-se o processo de construção e apropriação identitários num movimento de mercado, onde a cultura será comunicada como mero produto. O problema então se resume em: Como funciona a identidade dos sujeitos sociais em referência aos aspectos da cultura material no consumo turístico? Neste caminho, faz-se uma abordagem ensaística e dialético-reflexiva de como as referências culturais de uma cidade, vão se transformando, (re) criando de tal forma que os símbolos são conduzidos para uma comunicação atrativa, onde o marketing oferece uma cidade turística.

Artigo 9- **Governança e ações coletivas no turismo regional: A experiência dos empreendedores da região oeste do Paraná.** Por fim, o último artigo da edição trata do processo de desenvolvimento do turismo e a necessidade de articulação e empenho de muitos atores, entre eles os empreendedores, que buscam soluções às demandas do setor. Nesse movimento, notam-se em âmbitos público e privado, discursos ressaltando a governança como um meio de se atingir a gestão dos movimentos turísticos. Contudo, num contexto em que não há espaço e cultura de participação coletiva, o desafio é maior. Assim sendo, o objetivo do trabalho foi de analisar como ocorre a participação dos empreendedores, de forma coletiva, em prol da construção da governança do turismo regional no Oeste do Paraná.

E assim, agradecemos à todos os colaboradores da RTVA – autores, avaliadores, parceiros que, de uma forma ou de outra, possibilitaram o alcance dos objetivos de produção e disseminação do conhecimento do turismo.

Desejamos a todos um Feliz Natal e que as esperanças se renovem no Novo Ano!

Aproveitem a leitura!

Até a primeira edição de 2015!