

EDITORIAL

Eis que chegamos ao ano de 2016 com mais uma edição da Revista Turismo e Sociedade, e com novidades. A partir de agora se intenciona a inserção gradativa de artigos. Ou seja, as edições serão alimentadas de artigos inseridos de maneira isolada, conforme estejam aprovados e prontos para publicação sem necessidade de aguardar outros até compor um número mínimo de oito para se finalizar cada número.

Na presente edição constam 8 (oito) artigos formais, 1 (um) artigo de opinião e 1 (um) documento especial, agrupando um total de 17 (dezesete) autores.

O primeiro artigo, intitulado “Análise dos valores organizacionais na ‘indústria hoteleira’ dos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo (Brasil)”, foi elaborado por Thaís Ribeiro Niedzwiecki, Andréia de Lima e Rogério João Lunkes.

Neste artigo os autores comentam que “os valores organizacionais são parte fundamental da cultura corporativa de uma empresa” e que “representam os princípios compartilhados, as convicções dominantes, aquilo em que as pessoas de uma organização acreditam”. Na continuidade, observam que “diante da representatividade do tema para as organizações e da escassez de estudos sobre valores organizacionais no setor hoteleiro, neste estudo se analisou os valores organizacionais em hotéis dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo (Brasil)”. Mencionam também que “para atingir tal objetivo, realizou-se uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa e análise de conteúdo”. Esclarecem que “a relação dos hotéis investigados foi retirada do *website* da ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis) dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo - região Sudeste do Brasil - totalizando 381 empresas hoteleiras”. Justificam que “a maioria delas possuía endereço eletrônico disponível, porém a amostra foi composta por 31 hotéis que divulgaram nele seus valores” e que assim “foram analisados quais elementos estavam presentes nos valores organizacionais desses hotéis”. Comentam que “os resultados mostraram que quando analisados em categorias, os valores relativos à harmonia foram os mais adotados pelos hotéis, seguidos de valores inerentes ao comprometimento e autonomia”, bem como, que “os elementos de destaque foram ‘ética’ e ‘sustentabilidade’, bem como, ‘lealdade’, ‘excelência’, ‘atitude positiva’, ‘companheirismo’, ‘comprometimento’, ‘responsabilidade social’,

‘cordialidade’, ‘crescimento’ e ‘motivação’ apresentando a maior frequência dentre os valores organizacionais divulgados pelos hotéis”.

Thaís Ribeiro Niedzwiecki tem Graduação em Ciências Contábeis (Bacharelado) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e exerce atividade profissional como Contadora.

Andréia de Lima possui Graduação em Ciências Contábeis (Bacharelado) e Especialização em Gestão Financeira e Controladoria pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), sendo Mestranda em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e também atua como Contadora.

Rogério João Lunkes conta com Graduação em Ciências Contábeis (Bacharelado), Mestrado e Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Desenvolveu Estágio de Pós-Doutorado pela Universidade de Valência (Espanha) e atua como Professor do Departamento de Ciências Contábeis e do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade e Administração (UFSC).

Quanto ao próximo artigo, está intitulado: “Midiatização e espetacularização do turismo”, com a coautoria de Lauro Almeida de Moraes e José Manoel Gonçalves Gândara.

Os autores mencionam que “Este artigo baseia-se em discussão iniciada na dissertação de mestrado de um dos autores (MORAES, 2012) e apresentada em congresso por Moraes *et al.* (2015), a qual preconiza que a teatralidade envolve a comunicação promovida pelo turismo”. Comentam que “os lugares preparam-se para captar e direcionar o olhar do turista, bem como este busca determinados aspectos locais já consagrados” e que “neste aspecto, influi também o conteúdo divulgado pelos meios de comunicação de massa, que, comumente, também acionam o espetáculo e demandam a adaptação dos atrativos turísticos à lógica do discurso midiático”. Apresentam que “o artigo tem como objetivo, portanto, refletir acerca da midiatização e espetacularização do turismo, destacando as características elementares que denotam a presença do espetáculo nos destinos turísticos”. Para tanto, colocam que “recorreu-se a uma revisão bibliográfica com recorte sócio-antropológico, capaz de fornecer subsídios para pesquisas empíricas”. Defendem a partir disso, “que a midiatização e a cultura do espetáculo contemporânea produzem novas formas de relações sociais e modelos de

experiência” e que “desta forma, o turismo, como atividade socioeconômica indissociável da atual vida cotidiana, orienta-se pela lógica do ‘infoentretenimento’”.

Lauro Almeida de Moraes cursou Graduação em Comunicação Social (Bacharelado) e Especialização em Políticas Públicas e Projetos Sociais pela Universidade Vale do Rio Doce (Governador Valadares, MG, Brasil), Mestrado em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, BA, Brasil) e é Doutorando em Geografia na Universidade Federal do Paraná (Curitiba, PR, Brasil). Atua como jornalista há doze anos, com reportagens exibidas pela Rede Globo e publicadas pelo jornal O Estado de São Paulo. Professor em cursos de Comunicação desde 2005 e Editor da Revista Geografar (UFPR).

José Manoel Gonçalves Gândara fez Graduação em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC, Espanha). Como atividade profissional é Professor e pesquisador do Departamento de Turismo, do Mestrado em Turismo e do Mestrado e Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná.

Na sequência tem-se o artigo “O Turista da Região Encontro das Águas: um estudo exploratório da demanda turística no Centro-Oeste Brasileiro”, redigido por Rita Maria de Paula Garcia.

A autora comenta que “o turismo é um fenômeno espacial que atinge diferentemente os lugares e as pessoas revelando práticas particulares” e que “no Centro-Oeste brasileiro, mais precisamente no Rio Araguaia, o turismo se amplia na oferta de serviços e no crescimento da demanda”, observando que, no entanto, “são escassos os levantamentos estatísticos, logo, pouco se conhece do turismo e do turista que escolhe o interior do Brasil para realizar eventos, negócios ou praticar lazer”. Complementa que “as investigações do processo de turistificação dos lugares, das relações sociais e da organização do espaço também são escassas”. Coloca que “na metodologia utilizou-se de pesquisa bibliográfica e aplicação de 95 formulários mensais ao longo de 12 meses, ou seja, 1.140 turistas respondentes no período de abril de 2012 a março de 2013”. Esclarece que “os respondentes foram turistas que se destinavam aos Municípios de Aragarças no Estado de Goiás (GO), Pontal do Araguaia e Barra do Garças no Estado de Mato Grosso (MT)”, mencionando que são “destinos indissociáveis pela proximidade de seus núcleos urbanos e pelas práticas espaciais do

turismo”. Quanto ao objetivo da pesquisa discorre que “consistiu em identificar o perfil do turista e suas motivações para o turismo na Região Encontro das Águas, e conseqüentemente revelar a espacialidade do turista”. Observa que “o turismo, nesta localidade, estava se produzindo amparando-se na natureza como principal atrativo e na motivação do encontro de familiares e amigos (30,1%) no destino (VFR Travellers)”, bem como: “lazer (26,7%), negócios (19,1%), eventos (7,3%) e outros (16,8%)”.

Rita Maria de Paula Garcia tem Graduação em Turismo e Hotelaria pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR), Mestrado em Geografia pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Atua como Docente do Curso de Turismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Campus de Nova Xavantina.

O próximo artigo denominado “Hospitalidade, Competitividade e Stakeholders de Eventos Empresariais – Estudo de Casos em Bourbon Hotéis e Resorts (Brasil)” foi escrito por Alan Aparecido Guizi e Elizabeth Kyoko Wada.

Os autores comentam que “o crescimento da quantidade de viagens corporativas destacada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2015), e o impacto que esse segmento provoca na hotelaria em especial para hospedagem de eventos corporativos” foi a origem para estipular a problemática de pesquisa, que consistiu em verificar se “as relações baseadas em hospitalidade com *stakeholders* seria um diferencial competitivo na atração e realização de eventos corporativos em Bourbon Hotéis e Resorts”. Tecem considerações que “por meio desta problemática, estabeleceu-se como objetivo geral, identificar se as relações baseadas em hospitalidade com *stakeholders*, seria um diferencial competitivo na atração e realização de eventos corporativos em Bourbon Hotéis e Resorts”. Descrevem o estudo como “de característica qualitativa-exploratória”, utilizando como método “o estudo das referências bibliográficas em artigos, livros, dissertações, documentos *online*, matérias de mídia”, além disso, “com base em Yin (2010), a realização de entrevistas com roteiros semiestruturadas as quais foram aplicadas a gerentes gerais dos hotéis escolhidos da rede Bourbon Hotéis e Resorts”. Finalizando, mencionam terem observado que “o relacionamento com *stakeholders* estava garantindo o fortalecimento de parcerias”, resultando “na aquisição de novos clientes para realização de eventos, gerando não só recursos financeiros, como também o fortalecimento do nome da rede no mercado”.

Alan Aparecido Guizi possui Graduação em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM), Especialização Lato Sensu em Estratégias de Marketing e Vendas pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP) e Mestrado em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Atualmente é professor do curso de bacharelado em Turismo, junto à Escola de Turismo e Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

Elizabeth Kyoko Wada conta com Graduação em Turismo pelo Centro Universitário Ibero Americano (UNIBERO), e Graduação em Relações Públicas pela Universidade de São Paulo (USP), Especialização Lato Sensu em Administração Mercadológica pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Mestrado e Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), tendo realizado Pós-doutorado em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atualmente é professora, coordenadora e pesquisadora do PPG Stricto Sensu – Mestrado e Doutorado - em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

Em seguida se posiciona o artigo “Dimensões da hospitalidade em um restaurante comercial”, de Luciema De Boer e Mirian Rejowski.

No artigo as autoras comentam que “se investiga um local público de alimentação fora do lar, com o objetivo de verificar como se estabeleciam as relações e vínculos sociais nesse espaço”. Para tanto, que “desenvolveu-se um estudo de caso no restaurante Madalosso, localizado em Curitiba (Paraná-PR), Brasil, utilizando a análise de documentos, visitas *in loco*, observação participante e entrevistas semiestruturadas”. Observam que “como empreendimento familiar e de tradição italiana no estilo de servir e degustar, estava fortalecendo a sua identidade e o seu posicionamento no turismo e lazer”. Dentre os resultados mencionam que “constataram: bom atendimento, sentimentos de familiaridade, ausência de cerimônia e formalismo e o uso de regras e rituais”. Além disso, que a “experiência dos clientes envolvia a própria refeição e suas formas de interação e o contato com os funcionários”. Também que “a percepção dos entrevistados reforçou a visão positiva do empreendimento como um lugar hospitaleiro em todas as suas dimensões, onde o bom acolhimento estava sendo fator de atração e fidelização do cliente”, bem como que “a hospitalidade influenciava positivamente a comensalidade aliada à sociabilidade”. Indicam que “a pesquisa foi realizada no próprio

restaurante, sendo a divulgação da pesquisa sido autorizada formalmente pelos proprietários no período de 2013 a 2015”.

Luciema De Boer cursou Bacharelado em Direito pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), Graduação em Tecnologia da Gastronomia pela Universidade Anhembi Morumbi, Especialização em Docência em ensino superior com ênfase em gastronomia pelo SENAC e Mestrado em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Exerce atividade profissional como Professora do curso de Tecnologia em Gastronomia presencial e *on-line* da Universidade Anhembi Morumbi.

Mirian Rejowski tem Graduação em Turismo, Mestrado e Doutorado em Ciências da Comunicação, e Livre Docência em Teoria do Turismo e do Lazer pela Universidade de São Paulo. Atua como Professora titular do Mestrado e Doutorado em Hospitalidade e da Graduação em Turismo da Universidade Anhembi Morumbi, sendo ainda, Professora Sênior da Universidade de São Paulo na área de Turismo.

Em prosseguimento tem-se o artigo “Identidades cultural e turística de São Miguel do Gostoso, Rio Grande do Norte (RN), Brasil”, elaborado por Marcelo da Silva Taveira.

Neste artigo o autor traz que “trata-se de uma discussão teórica a respeito dos conceitos de identidades cultural e turística”, em que “também apresenta dados empíricos coletados por meio de pesquisa de campo pertinente a estudos no âmbito das ciências sociais e humanas, realizados nos anos de 2014 e 2015”. Faz uma abordagem sobre “a relação turismo e comunidades de praia, em São Miguel do Gostoso (Rio Grande do Norte/RN, Brasil)”, enfatizando que é um “importante destino turístico do litoral potiguar, cujos principais segmentos de mercado são: turismo de sol e praia e turismo de aventura”. Comenta que “o cenário das relações socioculturais entre as populações anfitriã (comunidades de praia) e visitantes, revelou-se ao longo da pesquisa” e que pôde perceber “quais os elementos que compunham as identidades do destino (percepção do turista) e da população local (dimensão sociocultural)”. Sintetiza que “por meio de dados empíricos e arguições teórico-metodológicas”, conseguiu retratar “o conjunto de elementos culturais que traduziram as identidades, imbricadas em relações capitalistas, simbólicas, socioculturais, políticas e ambientais de tal processo”.

Marcelo da Silva Taveira possui Graduação em Turismo, Especialização em Meio Ambiente e Políticas Públicas, Mestrado em Geografia e Doutorado em Ciências Sociais, títulos obtidos junto à Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atua como Professor do Curso de Turismo da UFRN/Câmpus Currais Novos e é Coordenador do Grupo de Pesquisa Turismo, Sociedade & Território da UFRN.

Posteriormente aparece o artigo “Análise do potencial turístico da Festa do Divino Espírito Santo em Alcântara, Maranhão, Brasil”, redigido por Karoliny Diniz Carvalho.

No artigo a autora menciona que “se analisa o potencial turístico da Festa do Divino Espírito Santo no município de Alcântara, Maranhão (Brasil)”. Ressalva que “no entendimento das relações entre festas populares e turismo buscou-se a pesquisa qualitativa de caráter descritivo, pautada em dados bibliográficos e entrevistas com os organizadores da Festa”. Denota que “com base em Guarinello (2001), Rangel (2002) e Hall (2001), no estudo se relaciona os conceitos de memória e identidade, apresentando os impactos positivos e negativos da atividade turística na cultura popular”. Indica que “se analisa a dinâmica da Festa do Divino, ao tempo em que demonstra as possibilidades e desafios dessa manifestação cultural enquanto produto turístico de Alcântara, Maranhão”. Discorre que “a pesquisa apontou para a necessidade de dotar o município de condições de infraestrutura básica e de serviços”, bem como, “de prover estratégias de valorização da tradição popular, com vistas a consolidar Alcântara como destino turístico no mercado”.

Karoliny Diniz Carvalho conta com Graduação em Turismo pela Universidade Estadual do Maranhão (UFMA), Mestrado em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, Bahia e trabalha como Docente do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Campus São Bernardo, Maranhão.

Ainda, compondo essa edição aparece o artigo “O trabalho no turismo como temática nos periódicos científicos associados aos programas Stricto Sensu em Turismo no Brasil”, de Denise de Souza.

A autora comenta que “este artigo resulta de pesquisa com caráter descritivo e bibliográfico que analisou as produções sobre a temática trabalho e turismo, publicados nos periódicos científicos associados aos programas Stricto Sensu em Turismo do

Brasil”. Esclarece que “as edições analisadas compreenderam as disponibilizadas *online* até fevereiro de 2015, totalizando 1243 artigos verificados”. Apresenta que tais edições foram buscadas “entre as revistas Turismo Visão e Ação, Revista Hospitalidade, Revista Rosa dos Ventos, Revista Turismo e Sociedade, Revista Turismo em Análise, Turismo Contemporâneo e Revista Cenário”. Indica que “a partir dos critérios metodológicos estabelecidos, foi possível selecionar aqueles que retrataram o trabalhador do turismo como protagonista do estudo elaborado”, bem como, que “a partir dos resultados constatou-se um baixo número de produções que contemplaram os interesses e situação dos trabalhadores do Turismo”, encontrando “maior número de estudos direcionados aos interesses das organizações e da gestão, que objetivaram a lucratividade e táticas de adequação do trabalhador às empresas”.

Denise de Souza cursou Graduação em Turismo pelo Centro Universitário La Salle e Mestrado em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS).

Ainda, já no formato de artigo de opinião se posiciona “O problema da mudança cultural e o papel do Turismo ou o que podem ensinar os índios sobre economia” de Sandro Campos Neves.

No artigo o autor faz alusão que “ao longo deste trabalho se procurou revisitar aspectos do campo denominado de Antropologia do Turismo no que se refere à abordagem da mudança cultural”; que “buscou-se discutir o processo de mudança cultural relacionado ao turismo ressaltando o protagonismo das comunidades locais receptoras”; e que “para tanto foi empreendida uma análise da contribuição à questão prestada pela Antropologia do Turismo e interposta a ela algumas teorias etnológicas da transformação indígena”. Esclarece esperar conseguir “demonstrar, como resultado, o modo como as comunidades locais atuam e podem atuar no turismo de modo a preservar o seu senso de identidade e como, no processo, terminam por modificar o próprio turismo”.

Sandro Campos Neves tem Graduação em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Mestrado em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz/UFBA (UESC/UFBA) e Doutorado em Antropologia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Atua como Professor Adjunto da Universidade Federal do Paraná (UFPR) no Departamento de Turismo do Setor de Ciências Humanas (DETUR/SCH).

Finalizando essa edição tem-se um artigo posicionado como documento especial intitulado “A Semana Cultural Indígena da comunidade de Tekohá Ocoy, São Miguel do Iguçu, Paraná (Brasil) como meio de divulgação e valorização sociocultural”, elaborado por Sandra Dalila Corbari, Miguel Bahl e Silvana do Rocio de Souza.

Em tal documento os autores observam que “o turismo envolvendo povos indígenas pode ser orientado conforme diversos segmentos, como o turismo cultural, o turismo étnico e o ecoturismo”, e que “no estado do Paraná (Brasil), algumas comunidades indígenas já recebem visitantes, como é o caso da comunidade de Tekohá Ocoy, em São Miguel do Iguçu”. Apontam, além disso, que também fazem “comercialização de artesanato e de visita de grupos” e que “esse grupo promove anualmente a Semana Cultural Indígena”. Discorrem que “desse modo, este trabalho teve como objetivo geral analisar as potencialidades da Semana Cultural Indígena da comunidade de Tekohá Ocoy como meio de divulgação e valorização sociocultural, sob o viés turístico”. Complementam que “para isto a pesquisa contou com uma análise bibliográfica, para um maior embasamento teórico, e pesquisa de campo, com observação direta, anotação em diário de campo e registro fotográfico”. E que, a partir disso, “foi possível compreender, que a Semana Cultural Indígena contava com várias atividades de cunho recreativo, mas também educativo e informativo, contribuindo para a divulgação e valorização sociocultural indígena por parte da sociedade não indígena”.

Sandra Dalila Corbari tem Graduação e Mestrado em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e é Doutoranda junto ao Programa de Doutorado em Meio Ambiente da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Miguel Bahl possui Graduação em Turismo e Licenciaturas em Geografia e em Estudos Sociais pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Mestrado e Doutorado em Turismo em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), tendo feito Estágio Pós-doutoral na Universidade de Girona (Espanha). É Professor do Departamento de Turismo da UFPR junto ao curso de Graduação em Turismo e aos Programas de Mestrado em Turismo e Mestrado e Doutorado em Geografia e Editor da Revista Turismo e Sociedade.

Silvana do Rocio de Souza conta com Graduação em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Mestrado em Educação pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atua

como Professora do Departamento de Turismo da UFPR junto ao curso de Graduação em Turismo e ao Programa de Mestrado em Turismo.

Tal artigo foi aprovado inicialmente no formato de trabalho junto ao VIII Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, evento paralelo ao Festival de Turismo das Cataratas do Iguacu, que ocorreu entre os dias 4 e 6 de junho de 2014, posteriormente premiado como artigo destaque e inserido como capítulo do livro “Turismo na Natureza”, organizado por Francisco Antônio dos Anjos, Rosislene de Fátima Fontana e Newton Paulo Angeli, publicado pela Universidade do Vale do Itajaí em 2015.

Com isso, considera-se que mais um passo foi dado para o aprimoramento das edições, valorizando o tempo de disponibilização dos artigos publicados sem necessitar esperar que todos estejam prontos, almejando que tal experiência se concretize de maneira plena e eficaz.

Curitiba, abril de 2016.

Miguel Bahl

Editor