

A importância da educação para o turismo em Municípios de Interesse Turístico – MIT

Resumo: O turismo enquanto atividade socioeconômica, que consiste em comercializar paisagens locais e bem culturais, vem ganhando destaque por sua expressiva participação no PIB mundial, bem como pela sua capacidade de geração de emprego e renda. Diante desse cenário a política brasileira tem criado diversas formas para incentivar a expansão turística do país, abrindo as portas para os chamados Municípios de Interesse Turístico (MIT). O presente artigo analisa, diante da interdisciplinaridade do turismo, de forma concisa e pautando-se na bibliografia pesquisada, como a educação voltada para as práticas turísticas e a afirmação da identidade cultural local podem beneficiar os MIT no Brasil.

Palavras-chave: Educação; Turismo; MIT (Município de Interesse Turístico)

Abstract: Tourism as a socioeconomic activity, which consists of commercializing local and cultural landscapes, has been gaining prominence due to its expressive participation in world GDP, as well as its capacity to generate employment and income. Given this scenario, the Brazilian policy has created several ways to encourage the country's tourism expansion, opening the doors to the so-called Municipalities of Tourist Interest (MIT). This article analyzes, in the face of the interdisciplinary nature of tourism, in a concise manner and based on the bibliography researched, such as education focused on tourism practices and the affirmation of local cultural identity can benefit MIT in Brazil.

Keys-word: Education; Tourism; MIT (Municipality of Tourist Interest)

Resumen: El turismo como actividad socioeconómica, que consiste en comercializar paisajes locales y bien culturales, viene ganando destaque por su expresiva participación en el PIB mundial, así como por su capacidad de generación de empleo y renta. En este escenario la política brasileña ha creado diversas formas para incentivar la expansión turística del país, abriendo las puertas a los llamados Municipios de Interés Turístico (MIT). El presente artículo analiza, ante la interdisciplinaridad del turismo, de forma concisa y pautándose en la bibliografía investigada, como la educación orientada a las prácticas turísticas y la afirmación de la identidad cultural local pueden beneficiar a los MIT en Brasil.

Palabras clave: Educación; Turismo; MIT (Municipio de Interés Turístico)



INTRODUÇÃO

O turismo pode ser definido como:

“o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento” (ANDRADE, 1995, p.38).

De acordo com Wheeler (1995), a principal característica do produto turístico é a experiência do lugar (localidade e pessoas) durante um determinado período de tempo, visto que o turismo é um veículo de intercâmbio da cultura entre pessoas e grupos, e apresenta-se como processo social, econômico e cultural no qual participam vários agentes sociais, sendo fundamentais os mediadores.

A atividade turística é considerada uma atividade transformadora do espaço por promover o desenvolvimento de diversas localidades permitindo o deslocamento de pessoas, encontros culturais e sociais, bem como a valorização ambiental (PAES, 2016)

Como o Turismo é uma atividade de Serviços, ou seja, o objeto de consumo dos clientes é o tratamento dispensado pelas pessoas, quanto melhor a condição psicossocial dos “produtores” (dos prestadores de serviço de Turismo), melhor é a qualidade do serviço ofertado aos clientes. Portanto, a melhoria das condições de vida da população de uma localidade especializada em Turismo deve ser vista tanto como um objetivo final de uma proposta de desenvolvimento local, mas também deve ser tratada como um meio para a melhora dos serviços prestados nas atividades de Turismo. Além da paisagem local se tornar mais atraente e agradável aos olhos dos turistas (natureza preservada e pessoas saudáveis), as condições de segurança pública aumentam e a qualidade dos serviços prestados pela população local ao turista se eleva naturalmente (BRASIL, 2006, p.28)

A atividade turística tem um amplo escopo de sentidos e a junção de todos eles nos permite dizer que o turismo é muito mais do que simplesmente viagem, entretenimento e lazer, ao contrário, é um largo e vasto campo de prática de estudo e de reflexões, que, de modo híbrido, permeia diversas áreas de conhecimento, conecta pessoas, lugares e sonhos. (MATIAS, 2017)

Para Bissoli (1999, p.55), o setor de turismo estará cada vez mais vinculado a tecnologias que permitem melhorar a prestação de serviços, reduzir custos, incrementar a produtividade e melhorar a qualidade do atendimento.

Com a contínua ascensão do turismo a informação torna-se fundamental, uma vez que sem ela o mesmo não funcionaria, muito menos se expandiria. Segundo Buhalis (2008, p.610-611) os turistas das mais variadas regiões do mundo são hoje viajantes frequentes, eles dominam as novas tecnologias e falam outros idiomas. Pine e Gilmore (1998) sugerem o surgimento de uma nova era econômica, uma economia na qual os consumidores não buscam apenas bons serviços, mas sim experiências memoráveis. Dessa forma, podemos afirmar que o turismo é um encontro entre culturas e sistemas sociais que provoca mudanças (BOYER, 2003).

Com base no exposto por Molina (2001), há de se destacar que o turismo pode ser concebido como um produto da cultura, e que a complexidade de seu entendimento é mais bem contemplada pelo enfoque cultural. Assim, as atrações turísticas ainda possuem o potencial de refletir o caráter intrínseco, distinto e único de uma comunidade, tanto no que se refere à parte cultural ou à ambiental. (Santos et al, 2014)

Para Gonzales (2011) o estudo do fenômeno turístico requer uma visão mais ampla e muito além de sua dimensão econômica, exigindo uma análise das dimensões políticas, sociais, ambientais e tantas outras que, conjuntamente, demonstram a complexidade que decorre do estudo desta área de conhecimento e a necessidade de análises e contribuições dos mais diferentes campos das Ciências Sociais, desde a História, a Economia, a Sociologia e a Antropologia, até áreas mais diretamente ligadas à gestão e ao mercado. Assim, o Turismo como tema de estudo acadêmico é objeto de diferentes tipos de abordagem, dependendo do momento histórico em que se insere.

O caráter interdisciplinar do turismo permite um enfoque tanto sob o ponto de vista da atividade turística voltada para o aspecto econômico ou fenômeno social, quanto para o campo de estudos científicos, enquanto área



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

de conhecimento no âmbito da educação, no meio acadêmico e científico. (MOMM, 2010)

Nesse artigo buscou-se analisar, de forma clara e concisa, diante da interdisciplinaridade do turismo, e pautando-se na bibliografia disponível, como a educação voltada para as práticas turísticas e a afirmação da identidade cultural local podem beneficiar os Municípios de Interesse Turístico (MIT) no Brasil.

METODOLOGIA

O presente artigo foi desenvolvido através de pesquisa bibliográfica, utilizando-se do estudo exploratório da literatura especializada disponível. Esse tipo de pesquisa de acordo com Lakatos e Marconi (2003, p. 183):

Abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações de fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, querem publicadas, quer gravadas.

Ainda, de acordo com Martins (2001), a pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um tema com base em referências teóricas publicadas em livros, revistas, periódicos e outros. Busca também conhecer e analisar conteúdos científicos sobre determinado tema.

Foram consultados os livros e periódicos disponíveis na Biblioteca do Campus da Unesp Bauru, Faculdade de Agudos - FAAG, além das publicações online, em português, inglês e espanhol, disponíveis nos bancos de dados das plataformas Scientific Eletronic Library Online (SCIELO).



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

O TURISMO E A EDUCAÇÃO TURÍSTICA

“muito mais que uma indústria de serviços, (o Turismo) é fenômeno com base cultural, com herança histórica, meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório que esta dinâmica sócio-cultural gera parte de um fenômeno recheado de objetividade-subjetividade, que vem a ser consumido por milhões de pessoas” (MOESCH, 2002, p.20).

O Turismo ainda é visto como [...] uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais (MOESCH, 2002, p.9).

O turismo pode interferir na maneira como as comunidades locais se sociabilizam, percebem e concebem seu ambiente. As manifestações culturais são um importante fator de sociabilidade e percepção de seu próprio meio, bem como um elemento que confere identidade ao lugar. Os habitantes das regiões turísticas mostrariam prudência se tomassem mais consciência de seu próprio valor e se permitissem aos turistas maior acesso às riquezas da própria cultura (KRIPPENDORF, 2000, p.158).

Conceder ao turismo uma face mais humana é despertar e explorar plenamente o enorme potencial que permanece adormecido em cada indivíduo. Essa tarefa, extremamente útil, mas ao mesmo tempo difícil de colocar em prática, é da alçada de uma animação bem compreendida, isto é, definida como uma educação para a viagem (KRIPPENDORF, 2000, p.177).

Fernández Fúster (1991), considera o ensino do turismo como uma prática educativa que pode influenciar positivamente na formação da personalidade do indivíduo, que não pretende formar profissionais e sim proporcionar aos alunos uma compreensão do fenômeno turístico e atitudes responsáveis frente a ele.

Horta considera que:

O conhecimento crítico e a apropriação consciente por parte das comunidades e indivíduos do seu “patrimônio” são fatores indispensáveis no processo de preservação sustentável desses bens,



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

assim como no fortalecimento dos sentimentos de identidade e cidadania. O patrimônio, como o nome diz, é algo herdado de nossos pais e antepassados. Essa herança só passa a ser nossa, para ser usufruído, se nos apropriarmos dela, se a conhecermos e reconhecemos como algo que nos foi legado e que deveremos deixar como herança para nossos filhos, para as gerações que nos sucederão no tempo e na história. (HORTA,2005, p.2)

Em correlação ao exposto por Horta, Brida et al(2012), destacam que o apoio da população local para o desenvolvimento do turismo é essencial, sobretudo para se obter sucesso em qualquer processo de planejamento da atividade turística, inclusive porque o desenvolvimento do turismo implica em impactos, tanto positivos como negativos. Tais impactos variam desde mudanças nas estruturas sociais e econômicas e no meio cultural, até efeitos ambientais (Widmer, 2008).

O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade. Aí o homem se reconhece porque aí vive (CARLOS, 1999, p.33).

O objetivo central da educação turística é educar os munícipes e turistas para o desenvolvimento sustentável do turismo, contribuindo para que todos desenvolvam comportamentos responsáveis e coerentes diante da atividade turística. Ela não objetiva apenas formar pessoas que recebam bem turistas, mas também cidadãos que valorizem e protejam os patrimônios culturais e naturais da localidade.

Ansarah (2002, p.23) afirma que a educação em turismo deve estar direcionada para uma reflexão multidisciplinar e para o trabalho em equipe, contemplando contextos multiculturais em que a criatividade combine o saber tradicional ou local e o conhecimento aplicado da ciência avançada e da tecnologia, devido ao caráter multidisciplinar, a educação em turismo pode ser desenvolvida de maneira que possa abordar assuntos como cidadania, alteridade, sociabilidade, cultura, educação ambiental e patrimonial; sendo essas, relevantes para a formação dos educandos.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

A educação turística ofertada aos educandos é um modo de possibilitar aos jovens uma participação no desenvolvimento turístico do município; é formar cidadãos que atuarão como agentes que difundirão conhecimentos turísticos pela comunidade de forma que promova a preservação e valorização do meio ambiente cultural e natural.

Segundo Pimenta (2002,p.23), educação é um processo de humanização, que ocorre na sociedade humana com a finalidade explícita de tornar os indivíduos participantes do processo civilizatório, responsáveis por levá-lo adiante.

De acordo com Dallepiane e Cantarelli (2003) a escola é um meio facilitador para a realização de projetos de conscientização turística e incentivador na formação da cidadania. Uma vez iniciado o processo de conscientização desde a infância, acredita-se na eficiência de ações positivas em relação ao turismo.

A educação formal tem possibilidade de formar consciências turísticas, mão-de-obra para serviços turísticos e especialistas, através da escola ou com apoio de outras instituições que colaboram nos cursos e níveis oficiais de ensino no país (REBELO, 1998, p.21).

Rodrigues (2002) sugere que, ao invés de transformar a conscientização turística em disciplina, sejam feitas semanas acadêmicas, seminários, palestras, grupos de pesquisa, workshops que podem ser alternativas muito mais válidas para essa questão, considerada fundamental para uma melhor formação dos alunos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Boiteux (2001,p.95) afirma que, no momento em que estruturamos um determinado núcleo como produto turístico, temos que levar em conta o impacto que a atividade turística trará para a comunidade que vive naquele local.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Buhalis (2000) defende que apesar das tentativas de delimitar o destino turístico de forma geográfica, o destino é cada vez mais reconhecido como uma construção perceptual, que pode ser interpretado subjetivamente pelos consumidores, de acordo com seu itinerário de viagem, bagagem cultural, propósito da visita, nível educacional e experiências passadas. Dessa forma, nenhuma comunidade pode ser constituída como tal se não estiver se referindo a um espaço habitável que permita ancorar e sustentar ritos, mitos ou simplesmente ser e fazer. [...] (MAISIAN, 2000, p.9)

Conforme argumentam Kashimoto et al (2002, p. 35), a “cultura é um conjunto de soluções originais que um grupo de seres humanos inventa, a fim de se adaptar ao meio ambiente natural e social”. Dessa forma, a identidade cultural de uma comunidade ou grupo de pessoas define-se por diversos aspectos, entre eles, destacam-se: a língua, as relações sociais, ritos e cerimônias, costumes, sistemas de valores e crenças, como defendem Arnaudo e Corbella (2013).

A promoção turística, que utiliza ferramentas para articular a imagem do destino à sua identidade cultural, constitui-se em um papel decisivo no desempenho apresentado entre os destinos, com o destaque dos aspectos positivos e a promoção da localidade (Lavandoski et al, 2012).

[...] o turismo atual deve ser considerado basicamente como produto da cultura, no sentido amplo deste termo. Por isso, as explicações de caráter econômico que são utilizadas para compreender a transcendência do turismo são, evidentemente, insuficientes, ainda que significativas, porque não contemplam e tampouco consideram a diversidade de dimensões do fenômeno (MOLINA; RODRIGUEZ, 2001, p.9).

Com base no exposto por Molina (2001), há de se destacar que o turismo pode ser concebido como um produto da cultura, e que a complexidade de seu entendimento é mais bem contemplada pelo enfoque cultural. Assim, as atrações turísticas ainda possuem o potencial de refletir o caráter intrínseco, distinto e único de uma comunidade, tanto no que se refere à parte cultural ou à ambiental. (Santos et al, 2014)

Em Municípios de Interesse Turístico, o chamado turismo cultural se destaca juntamente com os atrativos da localidade. Associado ao conceito de cultura, turismo cultural seria a combinação das manifestações autênticas do local ou da região, com serviços e infraestrutura para sua apresentação, promovida por moradores, profissionais ou administradores que, juntos, desenvolvem e formatam os produtos e as atividades turísticas (LUCAS, 2000).

Para Davy (2006), o conhecimento deve ser transformado primeiramente em informação antes de ser transferido, para isso deve-se levar a educação turística aos munícipes a ponto de não só pensarem a respeito do turismo no município, mas sentirem-se tanto agentes como sujeitos do seu desenvolvimento turístico e mais, de agirem com a maior eficiência possível em função da complexidade de seus pensamentos (conhecimentos) e de quanto internalizaram a questão da educação turística, rumo à caracterização de novos valores ou mudança de vida (REBELO, 1998, p.9).

Em suma, é necessário também entender que a influência da atividade turística numa determinada localidade implica na compreensão de como os moradores reconhecem sua condição de sujeitos de todo o processo; de forma a perceber que a passividade ou a pró-atividade destes mesmos moradores nas ações, decisões e no planejamento do turismo local determinarão, em algum momento, o grau de desenvolvimento e organização do destino turístico (SÁ, 2011). Compreende-se, então, que a imagem e a identidade de um destino estão relacionadas às práticas e bens culturais que identificam seus residentes.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A relação de nossa época com cada época do passado é mais importante do que a relação de cada época do passado com o resto do passado. Que nossos mortos enterrem seus mortos [...]
(CHESNAUX, 1984, p. 75).

O desenvolvimento da atividade turística depende de uma série de fatores e condicionantes, recursos e capacidades que são específicas de cada local e da comunidade que o habita. Portanto, são os agentes locais que melhor conhecem as particularidades da região onde vivem e que podem, quando devidamente capacitados, encontrar soluções viáveis e que atendam aos interesses de suas comunidades (BRASIL, 2002).

Lage e Milone (2000) mostraram que o turismo tem efeitos econômicos, sociais, culturais e múltiplos efeitos ambientais. O turismo de herança cultural tem papel importante na justificativa da conservação, formando opiniões a favor de se manter os lugares históricos. A cultura compreende-se sob o foco de identidade cultural e do lugar de pertencimento e, ainda, como todas as vivências das dinâmicas humanas (HALL, 2001). O turismo cultural pautado pela ação de visitação e conhecimento do patrimônio cultural possui um sentido educativo, pois é uma mediadora no processo de socialização e apropriação dos bens humanos materializados nos patrimônios, que são os atrativos das cidades turísticas.

Segundo Martins, trata-se, esta dinâmica, de um processo educativo:

Consideremos, de partida, que a educação é um processo que não pode ser eliminado do desenvolvimento humano e uma das condições pelas quais o ser humano adquire seus atributos fundamentais ao longo do processo histórico social [...] A dinâmica apropriação-objetivação ocorre sempre em condições que são históricas, e, dessa forma, para que os indivíduos se objetivem como seres humanos, é preciso que se insiram na História. (MARTINS, 2004, p.55)

Em linhas mais gerais Horta, Grumberg e Monteiro (1999, p. 06) definem a educação, (...) como um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento e enriquecimento individual e coletivo, em que a partir das experiências e do contato direto com as evidências e manifestações da cultura, em todos os seus múltiplos aspectos, sentidos e significados. Objetivando levar as crianças e adultos a um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização de sua herança cultural, capacitando-os para um melhor usufruto

destes bens, e propiciando a geração e a produção de novos conhecimentos, num processo contínuo de criação cultural.

Complementando o exposto, Horta (2000, p. 13) diz que a educação, (...) baseia-se em princípios e metodologias que visam sensibilizar e instrumentalizar os indivíduos de uma comunidade, no universo escolar e fora dele, crianças e adultos, para o reconhecimento, a compreensão e a valorização do seu patrimônio cultural, através de participação e práticas de atividades, individual ou coletivamente.

Portanto, o residente também possui papel na identificação de elementos que tornam a região única. A autenticidade da imagem do destino depende muito da presença dos residentes nos locais, da sua relação e identificação com ele. Cada indivíduo é portador de um sistema cultural em evolução constante, mas que é estruturado pelos valores. Estes são adquiridos pelos indivíduos no decorrer de sua trajetória de vida, ao sabor dos ensinamentos que receberam e das experiências que têm (CLAVAL, 1999, p.72).

Entretanto o fortalecimento da identidade de uma comunidade faz-se imprescindível tanto como premissa do desenvolvimento local, como para a sua sustentabilidade, importando aos indivíduos dessa comunidade se reconhecerem e “assumirem esse eficaz instrumento com o objetivo de se tornar protagonista do seu próprio processo de desenvolvimento local” (KASHIMOTO; MARINHO; RUSSEFF, 2002, p. 39).

Moscovici (1989) considera as representações sociais como uma interface entre o psicológico e o social também, o simbólico e o real, construção do conhecimento na vida cotidiana que comunica e orienta para a ação. A tudo isso, devemos acrescentar a memória social ou coletiva como representações sociais do passado compartilhadas por um grupo que se mobiliza a partir das necessidades do presente. Representações que estão localizadas no imaginário social entre memória histórica e memórias intersubjetivas (Halbwachs, 2004). No caso em questão, são os cidadãos que têm uma memória coletiva da cidade em que habitam.

Assim, a participação local não pode ser confundida com ações meramente informativas por parte dos gestores do processo; ao contrário, ela se fundamenta no protagonismo dos atores sociais na implementação do planejamento e na gestão, impedindo a monopolização das atividades por uns poucos (BRASIL, 2006).

O turismo depende da boa vontade dos moradores e o apoio da população local é essencial para o bom desenvolvimento do setor turístico, a participação deve ser entendida como um “empenho pessoal por um aprendizado difícil das regras e meios de se fazer ouvir, entender e atender” (MARTINS, 2002, p. 54).

A mudança conceitual necessária do desenvolvimento local implica revestir o conceito em um processo de transformação social, econômico, cultural e político das pessoas, individualmente, e de uma sociedade, apoiando-se na valorização dos indivíduos em sua plenitude, culminando com a melhoria de vida da comunidade local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é uma atividade realizada pelos homens em sociedade, assim, por mais que haja um bom planejamento de turismo, nunca sabemos como a sociedade vai reagir à presença dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda. A atividade turística, ao colocar frente a frente turistas e o legado cultural na forma de patrimônio, propicia o intercâmbio e, logo, a apropriação deste legado, que está objetivado em diferentes formas, que, direta ou indiretamente são expressões das diferentes formas humanas de ser e existir no tempo e no espaço. Ao realizar uma ação educativa no patrimônio, o que se faz é planejar metodologias e conteúdo para fazer com que aquele que não conhece o patrimônio, o turista, se aproprie destas formas humanas de expressão.

Sabe-se que é peculiar à atividade turística uma relação com o ambiente natural, com as comunidades e suas culturas, pois os utiliza como recurso

primário e fator de atração de seus visitantes, ao mesmo tempo, que não é raro impactá-los negativamente. Dessa forma, o turismo também se apropria das culturas e comunidades locais e interfere necessariamente no desenvolvimento local.

Há a necessidade de se desenvolver a educação turística no sentido de informar e envolver os moradores no processo de desenvolvimento turístico, seja na proteção do patrimônio cultural local ou mesmo na oferta de cursos que visem à profissionalização da comunidade para atender turistas. Deste modo, pode-se reconhecer a relevância da educação turística para Municípios de Interesse Turístico (MIT), considerando-a como elemento-chave no processo de desenvolvimento turístico.

Pode-se, por fim, argumentar que a cultura turística determine as atitudes e o desenvolvimento inicial do turismo, afetando o futuro do destino turístico. A interação entre o desenvolvimento do turismo e os residentes se sobrepõe à ao planejamento turístico, sendo determinante para a imagem turística do local.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 2ªed. São Paulo: Ática, 1995.

ANSARAH, M. G. dos REIS. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria**: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil. São Paulo: Aleph, 2002.

ARNAUDO, M. F.; CORBELLA, V. **Análisis de la potencialidad de Monte Hermoso para lograr el desarrollo local a partir de bienes culturales**. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Málaga, Espanha, v. 6, n. 15, p. 1-11, dez. 2013.

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Papirus. Campinas: 2000.

_____, M. **O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo**. Horiz. antropol. Porto Alegre , v.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

9, n. 20, p. 15-29, out. 2003. Disponível em
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 09 mar. 2019.

BISSOLI, M A. M. A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 1999. BLANKE, Jennifer;

BOITEUX, B. C. **Idéias e opiniões interdisciplinares do turismo**. 2ed. São Paulo: Zoomgraf-K, 2001.

BOYER, M. **História do turismo de massa**. São Paulo: EDUFBA; EDUSC: 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Retratos de uma caminhada: PNMT 8 anos**. Brasília: Gerência de Programas Regionais, 2002.

_____, Ministério do Turismo. **Turismo Como Instrumento de Desenvolvimento Regional: estudo de arranjos produtivos locais (APL's) no setor de turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____, Ministério do Turismo. **Turismo e sustentabilidade, formação de redes e ação municipal para regionalização do turismo**. Brasília: MTUR; Florianópolis: SEAD/UFSC, 2010.

BRIDA, J. G., et al. **Valoración del turismo de cruceros por parte de la comunidad local: Cartagena de Indias**. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Scripta Nova: 2012.

BUHALIS, D. **Marketing: the competitive destination of the future**. Tourism Management, 21, 97-116, 2000.

BUHALIS, D.; LAW, R. **Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research**. Tourism Management. p.609-623. Science Direct, 2008

CARA, R. B. **El turismo y los procesos de transformación territorial**. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Huicitec, 1996.

CARLOS, A. F. A. **O Turismo e a Produção do Não-Lugar**. In YAZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri e CRUZ, Rita de Cássia (org.). Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC, 1999.

CHESNAUX, J, **¿Hacemos tabla rasa del pasado? A propósito de la historia y los historiadores**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1984.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

DALLEPIANE, B.M.; CANTARELLI, E.M. **Projeto de conscientização turística nas escolas de ensino fundamental**. *Disciplinarum Scientia. Série: Ciências Humanas*, v. 4, n. 1, p. 157-173, 2003

DAVY, C. **Recipients**: the key to information transfer. *Knowledge Management Research & Practice*, v. 4, p. 17-25, 2006.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2008.

FERNÁNDEZ FÚSTER, L. **Introducción a la teoría y técnica del turismo**. Alianza Universidad textos. Madrid, 1991.

FERREIRA, H. C. H.; CARNEIRO, M. J. **Conservação ambiental, turismo e população local**. *Cad. EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 01-13, 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512005000300004&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 09 mar. 2019.

FONSECA, A. **Educação e Turismo**: reflexões para elaboração de uma Educação Turística. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 1, n.1, p. 5-33, set. 2007.

GONZALEZ, P.; SALLES, M. R. R. **Planejamento turístico e hospitalidade: o caso de Cancún, México**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.5, n.1, p.45-62, abr. 2011.

GROSSBERG, L. **Estudios culturales en tiempo futuro**. *Cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo hoy*. Siglo XXI: 2012.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Lauro. 5. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HORTA, M. L. P. **O que é educação patrimonial**. Disponível em www.tvebrasil.com.br. Acesso em 05. abr. 2019.

_____, M. L. P.; Grunberg, E.; Monteiro, A. Q. **Guia básico de educação patrimonial**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Museu Imperial: 1999

_____, M. L. P. **Fundamentos da educação patrimonial**. Ciências & Letras. Porto Alegre: 2000.

KASHIMOTO, E. M.; et al. **Cultura, identidade e desenvolvimento local: conceitos e perspectivas para regiões em desenvolvimento**. *Interações: Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, Campo Grande, MS, v. 3, n. 4, p. 35-42, mar. 2002.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo** - para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas: 2000.

LAVANDOSKI, J.; TONINI, H.; BARRETO, M. **Uva, vinho e identidade cultural da Serra Gaúcha** (RS, Brasil). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo 6(2), 216-232, 2002

LUCAS, S.N.M. **Turismo cultural no Vale do Paraíba: uma experiência histórica**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL 2. Anais... Piracicaba, 2000.

MARCONI, M.K.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MAISIAN, J. **Relaciones**, Zabala o la plaza-inventario - Dir. PACIUUK, Saúl], Mdeo., Periódica s.r.l.n. 187, p. 8-9, abr. 2000.

MARTINS, G. A. & PINTO, R.L. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, S. R. O. **Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas**. Interações: Revista Internacional de Desenvolvimento Local, Campo Grande, MS, v. 3, n. 5, p. 51-9, set. 2002.

MARTINS, L. M. **Da formação humana em Marx à crítica das pedagogias das competências**. In: DUARTE, N. (Org.). Fetichismo da individualidade. Campinas: Autores Associados, 2004.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MOLINA, S.; RODRÍGUEZ, S. **Planejamento Integral do turismo: um enfoque para a América Latina**. Bauru: Edusc, 2001.

MOMM, C. F.; SANTOS, R. N. M. **Conhecimento científico produzido nos cursos de pós-graduação (stricto sensu) em turismo e áreas correlatas no Brasil no período de 2000 a 2006**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v.4, n.2, p.6485, ago. 2010.

MOSCOVICI, S. **El psicoanálisis, su imagen y su público**. Buenos Aires, Huemul: 1979.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

PAES, T.A.A.; AZEVEDO, D.S. **Estudo da percepção ética dos estudantes de graduação diante de dilemas concernentes a atividade turística.**

Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 10(2), pp. 293-308, maio/ago. 2016.

PIKE, S. **Destination Image Literature.** Acta turística: 2007. P. 101-228.

_____, S. **Destinaton Marketing.** Oxford (UK): Elsevier Inc. 2008. 406 p.

PIMENTA, S. G. **Saberes pedagógicos e atividade docente.** 3aed. São Paulo: Cortez, 2002.

PINE, J., GILMORE, J. **The Experience Economy.** Harvard Business School Press, Boston:1998, 32p.

PONCELA, A. M. F. **Ciudadanía y turismo:** Dos miradas y un destino. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 7(1), pp. 68-91, jan./abr. 2013
PORTER, M. **Competição:** estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

REBELO, S. M. **Plano Municipal de Educação Turística – P.M.E.T. –** Um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico. Universidad Pontificia de Salamanca. Extracto de la Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Educación. Salamanca, 1998.

RODRIGUES, A.B. **Turismo e desenvolvimento local.** 3ed. São Paulo, 2002.

RUSCHMANN, D. V. de M. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SÁ, W. B. C. **APL no Setor de Turismo:** uma Análise do Circuito Turístico das Pedras Preciosas - Minas Gerais. Ilhéus, BA, 2011. 143 p. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) – Universidade Estadual de Santa Cruz.

SANTOS, M. M., et al. **Identificação dos recursos nucleares do destino como suporte para o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores.** Revista Turismo & Desenvolvimento, 21(4), 315-330, 2014.

SOUZA, M.J.L. **Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?** In: RODRIGUES, Adyr B. (org.). Turismo e desenvolvimento local. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável:** turismo cultural, ecossistema e ética. Trad. Saulo Krieger. Vol. 05. São Paulo: Aleph, 2000.

THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum.** Trad. Rosana Eichemberg. São Paulo. Companhia das Letras. 1998



WANG, S.; CHEN, J. S. **The influence of place identity on perceived tourism impacts.** *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28, 2015.

WHEELER, M. **Tourism marketing ethics:** an introduction. *International Marketing Review*, v. 12, n. 4, p. 38-44, 1995.

WIDMER, G. M.; PIRES, M. J. **A Convenção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, como possível elemento indutor de atividade turística.** *Revista Hospitalidade*: 2008, 5(2), 52-6