

Uma Análise do Turismo de Experiência e dos Destinos Turísticos Inteligentes DTI

José Micael Santana do Nascimento¹

Resumo: O turismo é um setor da economia que tem se destacado significativamente nos últimos tempos, devido à sua grande influência na economia mundial. Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar as bases teóricas do turismo moderno e pós-moderno, a partir de pensadores como Turner e MacCannell, a fim de compreender melhor o turismo de experiência, seu funcionamento e as teorias que fundamentam esse modelo turístico. Em seguida, será abordado o estudo dos Destinos Turísticos Inteligentes, desenvolvido na Espanha por Susana García e Antonio López, que se resume ao desenvolvimento e à renovação dos destinos por meio de implementações sustentáveis em tecnologia e sustentabilidade. O Ministério do Turismo trouxe esse estudo para o Brasil em forma de projeto, sendo Recife uma das cidades contempladas. A capital pernambucana tem demonstrado um excelente desenvolvimento dentro do projeto governamental, com o intuito de, a partir desses estudos, transformar o turismo de experiência em um diferencial competitivo nos destinos turísticos como Recife, ampliando ainda mais sua competitividade no mercado turístico mundial.

Palavras-chave: Turismo de Experiência; Destinos Turísticos Inteligentes; Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil; Recife;

INTRODUÇÃO

O turismo segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo) é definido como “As atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer e outros”. Logo é possível afirmar que o turismo é uma atividade do cotidiano, que está presente quando vamos a uma excursão, quando vamos ao médico em outro lugar diferente ou até quando vamos a capital para ir ao shopping, ou como a atividade mais conhecida que é a do lazer.

Pode-se afirmar que o turismo moderno tem sua origem em um dos pontos sendo na Inglaterra, quando Thomas cook and Son, primeira agência de viagens, criada em 1874 dos “Traveller’s checks” que promoveu excursões de comboio pela Inglaterra (1841-, de Leicester a Loughborough), para logo em 1855 dar o salto para o continente europeu – Exposição Mundial de Paris- (Santana, 1997: 20).(Xerardo, Pag.17).Esse marco na história do turismo moderno é de grande importância para o setor econômico do turismo, pois é possível observar que nessa época começou-se a perceber que o turismo, não seria apenas uma atividade de lazer, mas também como uma fonte de renda e a partir dela um desenvolvimento no setor econômico mundial, gerando empregos e desenvolvimento local.

¹ Bacharelado em Relações Internacionais (Uniassevi). Técnico em Administração (ETE Professor Antônio Carlos Gomes da Costa): Micael.santan@gmail.com

O turismo também se destaca principalmente na economia Mundial se mostrando como um grande gerador de emprego e renda, pois engloba desde o jovem com pouca qualificação profissional até profissionais experientes com fluências em idiomas estrangeiros, prova disso é que desde 2009 o turismo tem apresentado um crescimento expressivo. Apenas no ano de 2017 ele teve um crescimento de 7% e movimentou mais de 1,5 trilhão de dólares (Exame, 2018). (Luciana, Pag.1).

No gráfico abaixo podemos observar, que o turismo tem grande importância na economia mundial e prova disso é que 10% do PIB do ano de 2017, que é a porcentagem da riqueza gerada economicamente no mundo, o equivalente a 7,6 trilhões de dólares foi movimentado pelo turismo, além de ser responsável por 292 milhões de empregos, que significa de um a cada dez na economia global. (Luciana, Pag.2).

Importância do Turismo para a economia mundial

IMPACTO DO TURISMO



Fonte: OMT (2018)

Entende-se que o turismo é um setor econômico que é muito importante na humanidade, pertencendo ao terceiro setor da economia, e que as pessoas utilizam dessas ferramentas antes mesmo de sua definição. A confirmação desse fato, é que ele representa 10% do PIB mundial indireta, direta e induzida, segundo dados da OMT 2018, tendo um aumento de mais de 7% em relação ao ano de 2016. Isso prova que o investimento no setor turístico mundial é de extrema importância e novas técnicas e estudos especializados devem sempre ser aprimorados.

O objetivo da pesquisa é de analisar e estudar de forma bibliográfica a partir de bases teóricas de pensadores modernos e pós-modernos como: MacCannell; Turner e Ash; Selwyn; entre outros pensadores que serão citados durante a pesquisa, com o intuito de entender o comportamento dos turistas, procurando inovações para métodos atuais. Depois de entender como funciona o Turismo e a partir de pesquisas

entender o Turismo de Experiência que é uma tendência no mercado turístico atual, correlacionando como o turismo de experiência pode ser um diferencial nos Destinos Turísticos Inteligentes, que foi desenvolvido pelos pesquisadores Antonio Lopez e Susana Garcia, para criar um local preparado para atender os turistas e os residentes.

Esse tema foi originado a partir da intenção do autor em estudar novos métodos de inovação do turismo, para entender melhor o estudo do turismo, com o intuito de desenvolver cidades turísticas culturais referências no Brasil e no Mundo para que por meio desta possam utilizar de seus próprios recursos para renovação do ambiente turístico.

REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo Moderno

A palavra turismo tem sua origem etimológica em “tour” (Alvarez Souza, 1994: 15), que era a viagem que nobres alemães, ingleses e outros faziam pela França desde fins do século XVII. O caso do rei Dom Pedro V, que fez a rota inversa dos turistas ingleses rumando a Londres (1854) e Paris (1855) para adquirir conhecimentos que lhe fossem servir para sua governação (Londres, 2003) é um exemplo. Tais práticas sociais, definidas como “Grande Tour”, faziam parte de uma etapa da educação das classes mais poderosas, que era realizada nas zonas rurais, orientais e meridionais europeias. Esta era a preparação para o trabalho na política, na diplomacia ou no mundo dos negócios.

Segundo Xerardo, a Antropologia do Turismo corresponde a um fenômeno sociocultural complexo que possibilita a turistas e a residentes a vivência da alteridade. Logo, o turismo é uma indústria de encontros entre locais e visitantes, produtores e consumidores de bens turísticos. Sendo assim, o turismo também é uma indústria de hospitalidade (Chambers, 2000: 10). “O interesse da antropologia pelo turismo prende-se, em primeiro lugar, com o fato de vivermos num mundo turístico, fenômeno sociocultural impossível de ignorar” (wallace, 2005)

2.2 Turismo de Experiência

No artigo experiência turística e o turismo de experiência, o autor nos fala que a experiência é um jeito de suspender as relações cotidianas, a interrupção de papéis, em que a pessoa passa por um estranhamento em relação ao que para ela era

familiar, é o que diz Tunner(1986) na concepção antropológica. No ensaio sobre a etimologia da palavra inglesa “Experiência” de Tunner (1982, p.17-18) ele diz:

“É uma palavra inglesa com uma derivação da base indo-européia*per-, “tentar, aventurar-se, arriscar” – podendo ver como seu duplo “drama”, do grego dran, “fazer”, espelha culturalmente o “perigo” etimologicamente implicado na palavra “experiência”. O Cognato germânico de per relaciona experiência com “passagem”, “medo” e “transporte”, porque p torna-se f na lei de Grimm. O grego peraō relaciona experiência a “passar através”, com implicações em ritos de passagem. Em grego e latim, experiência associa-se a perigo, pirata e ex-per-imento.”

Xerardo nos traz que, os turistas principalmente os de classe média, para MacCannell (1976), procuram experiências autênticas, porque, em seu local de origem vivem em um local não autêntico, desumano, aborrecido, oprimido e alienado. E mesmo que o turismo funcione como escapatória para compensar a insatisfação da sociedade de massas, ele acaba por oferecer uma autenticidade representada “para turista ver”. O turista está em procura da alteridade e autenticidade da natureza, no passado ou nos seres diferentes (Ex: etnias), segundo MacCannell. Ou seja, é uma que tem a ver com uma fuga da vida alienada do dia a dia, porém o turista não consegue encontrar a autenticidade, visto o turismo comercial estar dominado pelas produções culturais artificiais para o consumo turístico.

Tendo essa mesma linha de pensamento, na pesquisa de Xerardo, Turner e Ash (1975) afirmam que o sistema turístico, quando dificulta o contato mais profundo do turismo com o outro, acaba construindo uma visão estereotipada desse outro. A autenticidade, na perspectiva construtivista, é definida como uma construção social da realidade, dependendo do observador.

Porém na perspectiva pós-modernista, a autenticidade não é mais relevante. Para autores como Urry (1990) o mais importante da experiência turística não é a procura da autenticidade, mas quebra de atividades rotineiras.

Segundo Selwyn (1996) o turismo é a procura de um outro, isso explica a crescente busca de emoções intensas, mesmo sendo uma procura de descontrolo controlado (Elias e Dunning, 1990). E ainda assim o turista esteja consciente das encenações da autenticidade que são promovidas constantemente pelo sistema turístico e suas comunidades, as vezes com objetivo de minorar o seu impacto, a verdade é que isso não se torna um problema para ele. Pois, segundo Urry (1990) o

turista é consciente da inautenticidade do turismo, mas para ele não é um problema, já que ele consegue chegar a satisfação do mesmo modo nela. (Xerardo, pag.13 a14).

2.3 Destinos Turísticos Inteligentes DTI

Segundo o Ministério do Turismo brasileiro, a conceituação dos “destinos turísticos inteligentes” foi definida pela Sociedad Mercantil Estatal para la Gestion de la Innovacion y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (SEGITTUR), em 2013 como “um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiencia no destino e a qualidade de vida dos residentes”.

De acordo com a pesquisa realizada sobre Destinos Turísticos Inteligentes, de Antonio Lopez e Susana Garcia, a intenção para que uma cidade se converta para um Destino Turístico Inteligente é para que haja uma revalorização através da inovação e da tecnologia. A partir desse processo é possível aumentar a competitividade, e para um melhor aproveitamento de seus próprios recursos turísticos, por meio da identificação e criação de outros. Melhorando a eficiência nos processos de produção e comercialização e usos e fontes de energia renováveis. Todo processo deve ser bem alinhado para que possa impulsionar o desenvolvimento sustentável do destino e suas três vertentes: Ambiental, Econômica e sociocultural. Consequentemente de primeira instância terá uma melhora nos visitantes da cidade e na vida dos residentes.

Há uma diferença entre cidades inteligentes e Destinos Turísticos Inteligentes, segundo a mesma pesquisa o modelo atual de cidades inteligentes pode ser considerado como uma zona de limite completamente definida, desde o ponto de vista geográfico tanto do ponto de vista político administrativo, proporcionando Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) para que seja projetada uma cidade desenvolvida da e tecnológica. Diferente do Destino Turístico Inteligente que tem o foco maior em impulsionar o setor turístico de forma inteligente e sustentável, independente de limites políticos ou geográficos.

Os objetivos Estratégicos para as medidas de criação dos Destinos Turísticos Inteligentes são: Fomentar a criação de parcerias no setor público e privado para que se tenha melhores resultados de competitividade, qualidade e satisfação; Alinhar ações públicas e privadas para distinção das etapas do ciclo de vida do destino

turístico; Implementar sistemas integrais de captação, análises e distribuição de informação entre todos os agentes do ramo turístico para que com a incorporação de novos indicadores turísticos, possa se tomar decisões em tempo real; Promover a Inovação dos modelos de negócios beneficiando as vantagens apontadas pela NTIC, que são as tecnologias da comunicação e informação, nos termos da informação, para que haja um fácil contato com a demanda e a dinâmica de trabalho corporativo; entre outros.

Na área da Tecnologia dos Destinos Turísticos inteligentes, há uma diversidade de instrumentos a serem aplicados nas cidades para o seu desenvolvimento entre elas estão: Oficinas de informação turística, acesso a dispositivos com informação digitalizada com orientação e uma acessória personalizada para que o sujeito possa utilizar para se orientar geograficamente ou acerca de produtos ou serviços ofertados; Existe também o “Big Data/Open Data” que acompanha em tempo real o comportamento do visitante, com acesso a diferentes fontes de informação digitalizada que faz abertura de dados tanto no setor público como no setor privado; Assim como os aplicativos móveis com guias turísticos para produtos e serviços, recursos geográficos com informação em tempo real, realidade aumentada e virtual.

Já existem vários desses modelos sendo aplicados no nosso cotidiano e que facilitam e melhoram a busca no meio turístico e também para os residentes que podem também utilizar desses recursos, alguns deles são: O wi-fi livre em áreas de convivência pública de boa qualidade; Gestão eficiente de transporte público; Sistema de gestão de tráfego em tempo real com informações atualizadas para que se tenha rotas otimizadas; Gestão de fluxo de visitantes em tempo real.

Na área da segurança e da saúde, existem também aplicações a serem utilizadas nessas cidades que são: Aplicativos multilíngue de denúncia; vídeo monitoração em ruas e zonas de perigo; Sensores de localização em grandes eventos e espetáculos; Controle de presença; Na área da saúde também pode ter aplicativos multilíngues que permitam o acesso do histórico médico e tratamento dos pacientes; Saúde preventiva com informações de radiação solar UV, aviso de perigo em níveis elevados entre outros; e geolocalizações de farmácias com informações de medicamentos: genéricos, compatíveis e doses recomendadas.

O estudo feito por Susana Garcia e Antonio Lopez foi aplicado na Espanha, que é o seu país de origem, e no artigo foi evidenciado o antes, durante e depois da aplicação.

Foi observado pelos pesquisadores que a versão do portal oficial da Espanha (2013), Spain.info, foi desenvolvido para ter um maior desempenho semântico, incluindo a oferta privada e obter a ampla informação que era procurada para os turistas quando pensavam em nosso país, ele mostrava quando os turistas pensavam ou buscavam planejar sua viagem para Espanha.

Quando se deu início a aplicação, ou seja, o durante a aplicação, foi necessário a conquista dos dados de comportamento dos turistas de maneira totalmente anônima, para que fosse fornecida informações suficientes para tomada de decisões. Segundo eles é por isso que é utilizada a coleta de dados a partir da Internet das coisas, o desenvolvimento de aplicativos móveis que sejam úteis para os turistas e permitam monitorar o seu comportamento nos principais destinos turísticos.

No final foi utilizada a tecnologia que permite a escuta ativa do que os turistas dizem sobre os destinos a partir de redes sociais como: Red, Twitter, Facebook ou Instagram entre outros comentários fotos e publicações, tudo será útil para saber o que se pensa sobre o destino, para que a partir desta possa se tomar medidas para correção do que está ruim e potencializar o que está bom.

O Ministério do Turismo brasileiro um projeto para implantação dos Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil desde 2021 com parceria do Instituto Ciudades del Futuro, a metodologia foi adaptada para ser aplicada no Brasil tendo foco em nove pilares: Governança; Inovação; Tecnologia; Sustentabilidade; Acessibilidade; Promoção do Marketing; Segurança; Mobilidade; Transporte e Criatividade. Foram escolhidas 10 cidades pilotos e as cidades que se dispuserem a implantar as diretrizes e tornar seus destinos mais atrativos adquirem o selo de DTI após 80% dos requisitos cumpridos pelo plano de transformação.

Uma dessas cidades piloto é a cidade do Recife, que aceitou a implementação do projeto do Ministério do Turismo se adaptando e se modelando para se tornar um Destino Turístico Inteligente, com todos os requisitos sugeridos pelo projeto. Prova que o experimento está dando certo é o dado que mostra a diferença no faturamento no setor turístico do ano de 2018 até o ano de 2024, mas levando em consideração o do início do projeto que foi em 2021 é possível observar um aumento de mais de 80% em 3 anos.



Faturamento econômico anual no setor turístico do Recife 2024

METODOLOGIA

O Método de estudo utilizado neste trabalho foi de natureza qualitativa e bibliográfica, pois tem como objetivo analisar e compreender conceitos pré-existentes acerca do comportamento turístico, a partir da perspectiva de autores como MacCannell, Tunner e Ash, e Selwyn, no contexto de turismo de experiência.

Esse estudo desenvolve-se com base na leitura crítica de obras e artigos científicos que tem como tema as bases teóricas do turismo moderno e pós-moderno, com destaque para o livro Turismo Cultural: uma visão antropológica, de Xerardo Pereiro Perez, doutor em Antropologia Sociocultural pela Universidade de Santiago de Compostela. A obra traz uma visão antropológica a respeito do turismo e contribui para fundamentar a análise do turismo de experiência como fenômeno contemporâneo.

A análise do diferencial competitivo será conduzida com base nos conhecimentos adquiridos na revisão da literatura, investigando como o turismo de experiência pode ser incorporado no conceito de Destino Turístico Inteligente. No final,

será discutido o caso da cidade do Recife como candidata à implementação desse modelo, destacando seu potencial como diferencial no mercado turístico.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A palavra turismo tem sua origem etimológica, como visto por Alvarez Souza, da palavra “tour”, eram as viagens que os jovens nobres europeus realizavam em busca de conhecimento, dando início assim as viagens turísticas que conhecemos atualmente. Para Xerardo, o Turismo é um fenômeno sociocultural complexo que possibilita a turistas e a residentes a vivência da alteridade. É possível afirmar que o turismo faz parte da vida do ser humano, sendo um processo de disparidade do dia a dia. Logo o turismo: é um fenômeno socio cultural que possibilita os turistas e residentes vivenciarem momentos de conhecimento e alteridade.

Experiência é uma palavra de origem inglesa segundo a etimologia de Tunner essa palavra tem origem indo-europeia que significa “Tentar aventurar-se, arriscar” no cognato germânico ela significa “Passagem, Medo, Transporte” logo, entende-se que é uma passagem ou passar por uma aventura por exemplo.

Para MacCannell (1976) a grande procura por experiências autênticas condiz com o cotidiano que as pessoas tem, principalmente da classe média que vivem em lugares em que não se sentem bem e vivem no automático na atividade rotineira incansável, veem nas experiências autênticas uma solução para uma fuga desse tédio. Porém ao se deparar com o turismo em massa o sujeito quebra suas expectativas, pois lá encontra só mais do mesmo, ou seja, apenas um grupo de pessoas seguindo um roteiro pré-programado atrás de monumentos que não lhe vão trazer experiências autênticas. Seguindo a mesma linha de pensamento Turnner e Ash (1975), que nos fala que quando o sistema turístico dificulta o contato mais profundo do turismo com o outro acaba-se criando uma visão de estereótipos do outro. Portanto no Modernismo traz uma visão de que o sujeito necessita da experiência autentica para fuga do cotidiano.

Já no contexto pós-modernista a autenticidade não é mais relevante, segundo Urry (1990) o sujeito só está à procura da quebra das atividades rotineiras, ele só se importa que consegue chegar à satisfação que tanto busca, que é encontrada no mesmo modo nela. Para explicar o porque o turista não se importa mais com a encenação turística da experiencia, Selwyn (1996) explica que o Turismo é a procura

de um outro, explicando a busca de emoções intensas, mesmo sendo uma busca de des controle controlado.

Os Destinos Turísticos Inteligentes têm como conceito inovar o espaço turístico para que ele seja acessível e de qualidade a todos, turistas e residentes. Transformando o lugar em um ambiente desenvolvido, sustentável e tecnológico. Para Susana Garcia e Antonio Lopez fundadores da pesquisa, a intenção para que uma cidade se converta a um Destino Turístico Inteligente deve ser pela revalorização do ambiente turístico, a partir da inovação e da tecnologia.

Segundo o estudo uma cidade que se converte adquire um aumento na competitividade, Melhora a eficiência nos processos de produção e comercialização nas energias renováveis, logo todo processo deve ser bem alinhado para que aproveitando seus próprios recursos turísticos, possa desenvolver o desenvolvimento ambiental, econômico e cultural.

Quando se fala em Destinos Turísticos Inteligentes é comum se confundir com as cidades inteligentes que tem a diferença que os Destinos Turísticos Inteligentes estão mais focados na área turística e não dependem de limites geográficos ou políticos, já as cidades inteligentes tem o foco nas cidades, porem se limita em limites geográficos e políticos.

Existem objetivos estratégicos para criação dos destinos turísticos para que possam ser seguidos, criando parcerias do setor público e privado, análises dos sistemas turísticos locais, inovação na área da tecnologia da informação para que possa acompanhar a demanda procurada pelo turista, entre outros. Para implementação desses objetivos estratégicos já existem ferramentas utilizadas, uma ferramenta muito importante utilizada é os aplicativos que monitoram em tempo real o comportamento do visitante com acesso a diferentes fontes de informação, e a partir destas informações cria-se um plano estratégico para implementação do projeto.

O estudo Inicial foi aplicado na Espanha e foi observado pelos pesquisadores desde o antes, o durante e o depois da implantação do projeto, antes era utilizado um site para obter uma ampla informação do que os turistas pensavam ao viajar ou pesquisar viagens para Espanha, durante, começou a ser coletada informações dos turistas a partir de aplicativos de celular monitorando seus comportamentos nos principais pontos turísticos, e depois usando a tecnologia da escuta ativa nas redes sociais foi possível saber o que os turistas comentavam e falavam sobre as

publicações e comentários dos destinos. Para assim criar um plano de ação para o local que se adaptasse ao público turístico.

Com o intuito de trazer essa nova tecnologia turística para o Brasil, o Ministério de turismo em 2021 lançou um projeto com 10 cidades pilotos para que fossem analisadas e submetidas a se tornarem um Destino Turístico Inteligente. Uma dessas cidades é a capital pernambucana Recife que tem se mostrado encaminhada a conseguir o título e desenvolver um turismo de qualidade.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

É possível afirmar que nas contribuições teóricas foi observado com os estudos dos pensadores modernos, o turismo precisava de autenticidade nas experiências desenvolvidas para que o sujeito sinta a conexão com ambiente turístico e consiga sair da atividade rotineira cansativa que o leva a fuga que ele encontra no turismo. Já nos pensadores Pós-modernos foi observado que não é mais relevante a autenticidade das experiências desde que ele consiga suprir as suas necessidades de desconexão da alienação da vida cotidiana.

Nas contribuições práticas é possível observar uma alta competitividade no turismo que cresce cada vez mais nos dias atuais como visto no gráfico da importância do turismo na economia mundial, logo é de extrema importância o diferencial das cidades para que possam se destacar no mercado turístico mundial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo realizado é possível entender que o turismo é uma atividade sociocultural econômica que é de grande importância no âmbito econômico mundial, por isso entender o comportamento do turista é de suma importância para o funcionamento do setor.

Visto que o ser humano está cansado das atividades cotidianas que são sempre as mesmas, e que segundo Selwym (1996) ele está sempre em busca de emoções intensas, o turismo de experiência vem para saciar essa carência de quebra de rotinas, trazendo inovações e uma conexão no ambiente turístico.

O Destino Turístico Inteligente é uma tecnologia de primeira qualidade para o desenvolvimento de técnicas e estratégias para renovação e inovação do local no

âmbito turístico com ferramentas inovadoras para o conhecimento e entendimento do comportamento do turista no ambiente desejado.

No Estado brasileiro existe o projeto de aplicação dos Destinos Turísticos Inteligentes, uma dessas cidades é o Recife que tem se desenvolvido bem no âmbito econômico turístico, logo para que ela seja um diferencial dos outros destinos é de suma importância que utilize do Turismo de Experiência, visto que é uma atividade procurada pelos turistas, a partir de novos estudos entendendo melhor como pode adaptar seus pontos turísticos em experiências memoráveis para seus visitantes.

REFERÊNCIAS

MOURA, Vitória. **Saiba o que torna uma cidade um Destino Turístico Inteligente. Veja quais são os requisitos definidos pelo o MTur que transformam municípios em DTI's.** gov.br, 2023 URL: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/saiba-o-que-torna-uma-cidade-um-destino-turistico-inteligente>

MUÑOZ, Antonio López de Ávila; SÁNCHEZ, Susana García. **Destinos turísticos inteligentes.** Economía industrial, v. 395, p. 61-69, 2015.

Url:<https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCIA.pdf>

Observatório de turismo do Recife, gráfico **Faturamento econômico anual no setor turístico do Recife.** Setembro 2024 URL: <https://observatorioturismo.visit.recife.br/infograficos/#conteudo>

PÉREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural. Uma visão antropológica.** El Sauzal Tenerife. Espanha: ACA y PASOS, RTPC. 2009. 307p. Incluída bibliografía. Url:<https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf>

PEZZI, Eduardo. VIANNA, Silvio Luiz Gonçalves. **A Experiência Turística e o Turismo de Experiência :um estudo sobre as dimensões da experiência memorável.** Revista Turismo em Análise. V.16, n.1, especial 2015. URL:<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/89169>

TOMÉ, Luciana Mota. PANORAMA DO TURISMO NO BRASIL E OPORTUNIDADES PARA A REGIÃO NORDESTE. **Caderno Setorial ETENE.** Fortaleza: Banco do

Nordeste do Brasil, ano 3, n.59, dez. 2018. (Série Caderno Setorial ETENE). URL:
<https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/372>