

## O PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DO PERTENCIMENTO EM FORÇA POLÍTICA DE TURISMO COMUNITÁRIO

Elisa Angela Dal Moro de Medeiros<sup>1</sup>  
Daniel Ribeiro do Vale de Medeiros<sup>2</sup>  
Hayrton Francis Ximenes de Andrade<sup>3</sup>  
Amarildo Jorge da Silva<sup>4</sup>  
Weimar Freire da Rocha Jr<sup>5</sup>

**RESUMO:** Este artigo analisa o pertencimento, compreendido como topofilia comunitária, como ferramenta de sensibilização turística na cidade de Foz do Iguazu - PR. A partir da Feirinha da JK como território simbólico e da experiência prática do projeto de extensão Foz na Faixa – Conheça sua Casa, investigam-se as relações entre identidade, participação cidadã e políticas públicas de turismo comunitário. A pesquisa, de natureza qualitativa, utiliza como métodos o estudo de caso, a observação participante, a aplicação de questionários e entrevistas com moradores e representantes da gestão pública. Os resultados indicam que grande parte da população desconhece os atrativos gratuitos da cidade, mas demonstra forte desejo de pertencimento e envolvimento com o território. Evidencia-se que, quando os moradores são escutados, reconhecidos e incluídos no processo de valorização turística, emerge uma força política e afetiva capaz de transformar a relação da cidade com seus próprios habitantes. O estudo reforça a importância da educação turística, da escuta ativa e da continuidade de políticas públicas baseadas na cultura viva, como caminhos para a construção de um turismo feito por quem vive.

**Palavras-chave:** Sensibilização turística. Políticas públicas. Cultura viva.

**ABSTRACT:** This article analyzes belonging, understood as community topophilia, as a tool for tourism awareness in the city of Foz do Iguazu, Brazil. Using the JK Street Fair as a symbolic territory and the practical experience of the extension project *Foz na Faixa – Know Your City*, the study investigates the relationships between identity, civic participation, and public policies related to community-based tourism. This qualitative research employs as methods, the case study, participant observation, questionnaires, and interviews with residents and public management representatives. The results indicate that a large portion of the population is unaware of the city's free attractions, yet shows a strong desire for belonging and territorial engagement. The findings reveal that when residents are heard, recognized, and included in tourism valorization processes, a political and affective force emerges, capable of transforming the city's relationship with its own inhabitants. The study reinforces the importance of tourism education, active listening, and ongoing public policies based on living culture as essential pathways for building a tourism model made by and for those who live it.

**Keywords:** Tourism awareness, Public policies, Living culture.

### 1 INTRODUÇÃO

Em cidades turísticas como Foz do Iguazu - PR, muitos territórios simbólicos permanecem invisibilizados pelas políticas públicas e pelo discurso oficial do turismo.

---

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Turismo do CCSA da UNIOESTE, campus de Foz do Iguazu - PR. Bacharel em Sistemas de Informação pela Universidade Paulista (2006). Tecnóloga em Gastronomia pela FMU (Faculdades Metropolitanas Unidas) São Paulo - SP (2009). Possui extensão em Gastronomia Hospitalar pelo Instituto de Educação e Ciências do Hospital Alemão Oswaldo Cruz (2010). Pós-graduada em Docência do Ensino Superior pelo Centro Universitário Dinâmica das Cataratas – UDC (2012). ORCID 0009-0009-2905-2190. E-mail: [elisa.medeiros1@unioeste.br](mailto:elisa.medeiros1@unioeste.br)

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Turismo do CCSA da UNIOESTE, campus de Foz do Iguazu - PR. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Paulista (2005). Pós-graduado em Influência Digital pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS, 2021). Possui extensão em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2012) e em Marketing Turístico pelo Senac (2024). ORCID 0009-0001-9393-4114. E-mail: [danielribeiro1@gmail.com](mailto:danielribeiro1@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor Assistente do CCSA da UNIOESTE, campus de Foz do Iguazu - PR. Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC. Docente do Cursos de Direito, Ciências Contábeis, Administração e Turismo. Membro do GEOS. ORCID 0009-0006-8482-0445. E-mail: [hayrton.andrade@unioeste.br](mailto:hayrton.andrade@unioeste.br)

<sup>4</sup> Professor Aposentado do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), campus de Foz do Iguazu - PR. Doutor e Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina UFSC. Docente de Administração. Membro Externo do GEOS. ORCID 0009-0003-6337-3453. E-mail: [rizomapoiesi@gmail.com](mailto:rizomapoiesi@gmail.com)

<sup>5</sup> Professor Associado do CCSA da UNIOESTE, campus de Toledo - PR. Doutor em Engenharia de Produção pela UFSC. Docente de Ciências Econômicas e do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio. Coordenador do Programa de Pós-graduação em Economia. Membro dos grupos de Pesquisa TRANSlog, GEPEC, NAPI POD e NAPI Trinacional. Brasil; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3108-6690>. E-mail: [weimar.junior@unioeste.br](mailto:weimar.junior@unioeste.br)

Entretanto, espaços como as feiras livres resistem como formas de cultura viva, convivência comunitária e memória coletiva. O turismo comunitário tem se consolidado como uma abordagem crítica ao modelo tradicional de desenvolvimento turístico, ao valorizar os saberes locais, o protagonismo social e os vínculos simbólicos com o território. Mais do que uma alternativa econômica, essa prática reafirma a centralidade das relações humanas, da identidade coletiva e do pertencimento como fundamentos de um turismo sustentável e inclusivo.

As Feiras Livres configuram-se como espaços de expressão cultural e sociabilidade comunitária. Criadas e sustentadas pela população local, esses territórios cumprem funções que extrapolam a comercialização: tornam-se palcos de trocas simbólicas, afetivas e políticas. A Feirinha da JK, localizada em Foz do Iguaçu - PR, representa uma dessas expressões vivas da cultura urbana, um espaço em que se entrelaçam memória, diversidade e identidade local. Analisa-se como ponto de partida a Feirinha da JK como objeto empírico de uma pesquisa participante vinculada ao projeto de extensão **Foz na Faixa – Conheça sua Casa**. A partir da vivência com os moradores e da escuta ativa realizada durante ações de sensibilização, o estudo propõe refletir sobre o pertencimento, compreendido aqui como topofilia comunitária, como ferramenta de mobilização e formação cidadã no contexto do turismo local.

#### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMATIZAÇÃO DA PESQUISA

O turismo comunitário possui potencial transformador ao reconhecer as comunidades locais como protagonistas na gestão dos atrativos e na construção das experiências turísticas. Essa modalidade não apenas valoriza o patrimônio cultural e simbólico dos territórios, como também fortalece os vínculos afetivos entre os moradores e o lugar onde vivem, processo que Tuan (1980, 1983) denomina de topofilia comunitária. A Feirinha da JK, em Foz do Iguaçu - PR, representa um espaço de cultura viva, convivência e identidade, ainda pouco reconhecido como equipamento turístico. Acredita-se que, ao ser articulada a projetos de sensibilização, ela pode funcionar como instrumento de valorização da memória, da economia local e da cidadania territorial. No entanto, a ausência de políticas públicas contínuas voltadas à educação para o turismo limita a participação da população e invisibiliza esses territórios simbólicos.

Diante disso, a pesquisa tem a seguinte questão norteadora: **de que forma o pertencimento pode ser utilizado como ferramenta de sensibilização turística na cidade de Foz do Iguaçu - PR?** A proposta parte do entendimento de que o turismo

comunitário deve ser construído com a participação ativa dos moradores, reconhecendo as feiras livres como espaços legítimos de lazer, de educação patrimonial e de fortalecimento da identidade coletiva.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Sabe-se que a ausência de vínculos afetivos com o território compromete a valorização dos atrativos e enfraquece a participação da população nos processos de construção do destino turístico. O fortalecimento da toponímia comunitária, que é o sentimento de pertencimento enraizado na vivência cotidiana (TUAN, 1980, 1983), é essencial para o reconhecimento simbólico dos espaços e para o engajamento dos moradores com o turismo local. Em Foz do Iguaçu - PR, as feiras livres, como a Feirinha da JK, configuram-se como territórios de cultura viva e resistência. Contudo, permanecem à margem das políticas públicas e dos circuitos formais de promoção turística. Justifica-se, portanto, a necessidade de investigar como esses espaços podem ser ressignificados como equipamentos de turismo comunitário por meio de estratégias de sensibilização baseadas na escuta, na educação e na valorização da identidade local. A relevância deste estudo reside na articulação entre teoria e prática, ao propor um olhar crítico sobre os processos de pertencimento e ao utilizar a extensão universitária como meio de mobilização cidadã. Ao integrar os campos do turismo, da educação e das políticas públicas, a pesquisa contribui para fortalecer práticas mais inclusivas, éticas e transformadoras no campo do turismo comunitário.

## 2 TURISMO E TURISMO COMUNITÁRIO

O turismo, como fenômeno social e econômico, é composto por um sistema complexo de bens, serviços, símbolos e significados que interagem entre si. Segundo o Glossário de Termos do Turismo, o valor turístico é constituído pelas produções humanas, materiais e imateriais, historicamente construídas por uma comunidade em seu território (MTUR, 2018, p. 34). Esse valor integra elementos como transporte, alimentação, hospedagem, entretenimento, clima e infraestrutura, agregando potencial turístico ao local. Assim, os atrativos turísticos são definidos como os elementos que motivam o deslocamento de pessoas, podendo ser naturais, culturais, econômicos ou sociais (MTUR, 2018, p. 9). Apesar de sua centralidade, esses atrativos muitas vezes permanecem invisíveis no cotidiano urbano, especialmente quando não são acompanhados por políticas públicas de valorização e mediação junto à população local. Apesar disso, o valor dos atrativos não reside apenas em sua estrutura física ou apelo mercadológico, mas principalmente na forma como são

percebidos, apropriados e significados pelas comunidades que os habitam. É nesse ponto que a educação para o turismo, a sensibilização comunitária e o fortalecimento do pertencimento se tornam centrais para a construção de um turismo sustentável, justo, afetivo e identitário (TUAN, 1980, 1983).

Nas seções seguintes, aprofundam-se os conceitos de topofilia (TUAN, 1980), pertencimento (VIOLANTE; DASILVA, 2009) e identidade relacional (MATURANA, 1997, 1998), que ajudam a compreender que o turismo não se limita ao deslocamento ou ao consumo. Trata-se, também, de construção de significado, reconhecimento de vínculos e relação afetiva com o território (DELEUZE; GUATTARI, 2001). Um atrativo só se torna verdadeiramente valioso quando é vivido, reconhecido e defendido pelas pessoas que ali pertencem. Assim, a topofilia comunitária pode ser entendida como um processo de mediação entre os atrativos da cidade e seus moradores, promovendo revalorização simbólica dos espaços e fortalecendo o sistema turístico por meio da escuta, da educação e da prática de lazer enraizada no cotidiano.

## 2.1 TURISMO E LAZER: DIFERENÇAS CONCEITUAIS

Embora muitas vezes utilizados como sinônimos no senso comum, os conceitos de turismo e lazer possuem distinções importantes no campo dos estudos turísticos. Segundo o Ministério do Turismo, o turismo é o conjunto de atividades realizadas por pessoas durante viagens e estadias em locais distintos de sua residência habitual, por um período inferior a um ano, com finalidades diversas como lazer, negócios, saúde ou eventos (MTUR, 2018, p. 30). O lazer, por sua vez, refere-se ao tempo livre e ao usufruto de atividades prazerosas e não obrigatórias, podendo ocorrer tanto em deslocamentos quanto no próprio local de moradia. Assim, enquanto o lazer pode integrar a experiência turística, o turismo não se limita às práticas de lazer.

A classificação dos diferentes tipos de turismo é definida pelas motivações específicas que impulsionam os deslocamentos, como no caso do turismo religioso, que é reconhecido como uma vertente do turismo cultural por estar associado a manifestações simbólicas e rituais (MTUR, 2018, p. 29). Outros exemplos incluem o turismo de natureza, de aventura, gastronômico, científico, entre outros. No escopo deste estudo, destaca-se o turismo comunitário, uma vertente do turismo cultural e sustentável, que se fundamenta na valorização dos saberes locais, na construção da identidade coletiva e no protagonismo das comunidades nas experiências turísticas. Em contraste com práticas massificadas e voltadas ao consumo, o turismo

comunitário reconhece o território como espaço de memória, resistência e pertencimento (TUAN, 1980, 1983; DELEUZE; GUATTARI, 2001).

Compreender as diferenças entre turismo e lazer, assim como a diversidade de suas manifestações, é essencial para ampliar o entendimento sobre a função social do turismo especialmente em contextos como o de Foz do Iguaçu - PR, cujo potencial turístico vai além dos atrativos mundialmente conhecidos, alcançando a cultura viva dos moradores e os espaços simbólicos do cotidiano.

### **2.1.1 Turismo Cultural**

O turismo cultural compreende o conjunto de atividades turísticas voltadas à vivência de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural de uma localidade. De acordo com o Glossário de Termos do Turismo, esse segmento envolve a promoção de bens materiais e imateriais da cultura, como práticas sociais, tradições, celebrações, arquitetura, culinária, manifestações artísticas e eventos culturais (MTUR, 2018, p. 30). Diferente de um consumo passivo de atrativos, o turismo cultural propõe uma experiência sensível, educativa e reflexiva sobre os modos de vida das comunidades. Ao valorizar a diversidade cultural e estimular o contato com histórias e memórias coletivas, ele atua como instrumento de preservação patrimonial e fortalecimento da identidade social.

No artigo, o turismo cultural revela-se como prática de pertencimento, na medida em que os atrativos locais deixam de ser vistos apenas como espaços de visitação e passam a ser reconhecidos como expressões vivas da memória comunitária. Além disso, ao aproximar os moradores de seus próprios territórios, esse tipo de turismo contribui para a superação da invisibilidade de elementos simbólicos presentes no cotidiano urbano, fortalecendo os vínculos entre população e recursos culturais locais (DELEUZE; GUATTARRI, 2001). Assim, o turismo cultural articula-se de forma direta com o turismo comunitário, ampliando a participação ativa da população nos processos de valorização e gestão do patrimônio, e promove vínculos de pertencimento e resistência simbólica (TUAN, 1980, 1983).

### **2.1.2 Turismo Comunitário**

O turismo comunitário é uma modalidade que prioriza o protagonismo das comunidades locais na gestão e mediação das experiências turísticas, em contraste com modelos tradicionais centrados em agentes externos. Ele propõe relações horizontais e valoriza os saberes e modos de vida locais, sendo sustentado pelo sentimento de pertencimento, ou topofilia comunitária (TUAN, 1980, 1983). Para o

Ministério do Turismo, esse tipo de turismo configura-se como um nicho crescente que responde à demanda por experiências autênticas, sustentáveis e socialmente responsáveis. A integração dos elementos do turismo cultural, local e sustentável, promove trocas simbólicas e a valorização dos territórios como espaços de identidade e afeto (MTUR, 2018).

Na pesquisa participante sobre pertencimento em Foz do Iguaçu - PR, o turismo comunitário emergiu como caminho ético e metodológico. A escuta da comunidade evidenciou o potencial de atrativos cotidianos, da memória coletiva e de espaços periféricos como componentes legítimos do patrimônio turístico. O turismo comunitário afirma-se como alternativa crítica à mercantilização do território, promovendo inclusão e participação social. Sua base é o pertencimento, entendido não como complemento, mas como fundamento da experiência turística construída por quem vive o território (TUAN, 1980, 1983; DELEUZE; GUATTARI, 2001).

## 2.2. SENSIBILIZAÇÃO TURÍSTICA, TOPOFILIA E IDENTIDADE COMUNITÁRIA

Na literatura contemporânea, a conexão afetiva entre os indivíduos e os territórios que habitam é amplamente reconhecida como elemento essencial para a coesão social e o engajamento comunitário. Essa relação é descrita por Tuan (1980) como topofilia, que é o conjunto de vínculos emocionais estabelecidos com o ambiente material vivido, um conceito dinâmico e profundamente enraizado na experiência cotidiana. Na experiência do turismo comunitário, essa topofilia ganha densidade ao ser incorporada como prática de pertencimento coletivo, promovendo a valorização dos territórios e fortalecendo os vínculos sociais entre moradores. Para Deleuze e Guattari (2001), esses elementos culturais ativam não apenas a memória, mas também o reconhecimento simbólico dos lugares como expressão identitária. Crippa (1975, p. 128-129) afirma que o ser humano só pode compreender a realidade a partir de uma referência espacial concreta. A localização no tempo e no espaço organiza o pensamento e dá sentido à experiência humana. Quando essa referência é negada ou invisibilizada, rompe-se o elo simbólico que sustenta a identidade coletiva. Assim, a representação simbólica do lugar, suas tradições, rituais, espaços geográficos e elementos sagrados, carrega significados únicos para cada cultura (VIOLANTE; DASILVA, 2009; MATURANA, 1997, 1998). A identidade é compreendida como um processo relacional e em constante transformação. Para Maturana (1997), o pertencimento estimula o envolvimento ético, afetivo e político dos sujeitos com a comunidade, favorecendo a justiça social e a reflexão crítica sobre o território. A

sensibilização turística, nesse contexto, deve ser entendida como prática educativa e simbólica que desperta a consciência sobre o valor dos territórios vividos, fortalecendo o pertencimento e a identidade comunitária enquanto forças políticas de transformação social.

### **2.2.1 Educação para o Turismo**

A educação para o turismo, especialmente no contexto comunitário, deve ser compreendida como uma prática formadora voltada ao desenvolvimento social, cultural e territorial. Segundo DaSilva *et al.* (2024), em uma sociedade digital, a educação exige novos olhares, baseados em redes de conhecimento, inteligência coletiva e articulação entre saberes tácitos e explícitos. A aprendizagem passa a ser entendida como um processo contínuo, colaborativo e estratégico para o fortalecimento comunitário. Esse entendimento dialoga com a concepção de rede proposta pelo Ministério do Turismo, que a define como “instrumento de troca de informações, experiências e fortalecimento das relações entre os diversos parceiros envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo” (MTUR, 2018, p. 25). A formação dessas redes fortalece o sentimento de pertencimento e a identidade local, ao integrar agentes públicos, privados e comunitários no planejamento e gestão do território (TUAN, 1980, 1983). Acredita-se que a educação assume papel central como mediadora da sensibilização turística, facilitando a apropriação simbólica do espaço e a formação de sujeitos críticos e conscientes de seu papel social (DELEUZE; GUATTARI, 1990). Para (1992, 1997, 2000, 2001), conhecer é sempre um ato de transformação: impulsionado pela curiosidade, o ato de conhecer modifica a vida dos sujeitos, formando cidadãos autônomos, éticos e comprometidos com o bem comum.

Assim, a educação para o turismo deveria preparar a população para atuar como protagonista no desenvolvimento da cidade, valorizando seus recursos naturais, culturais e simbólicos (TUAN, 1980, 1983). Isso implica romper com modelos tecnicistas ou mercadológicos, em favor de uma abordagem política, sensível e ética, capaz de articular tradição e inovação, conhecimento acadêmico e saber popular (MATURANA, 1997, 1998). Projetos de sensibilização da toponímia comunitária, nesse sentido, são fundamentais. Eles transformam o ato de conhecer a cidade em gesto de pertencimento, de cidadania ativa e de empoderamento coletivo (TUAN, 1980).

### **2.2.2 Projetos de Gestão Universitária e o Engajamento Comunitário**

Os projetos universitários voltados à comunidade externa constituem ferramentas estratégicas para fortalecer o vínculo entre universidade, território e

população local (DELEUZE; GUATTARI, 2001). No campo do turismo, esse vínculo se manifesta em ações que promovem o conhecimento crítico do lugar, valorizam produções culturais locais e fomentam o engajamento social em processos de transformação coletiva. Ao integrar ensino, pesquisa e extensão, tais projetos possibilitam a construção conjunta de saberes, conectando teoria e prática, academia e comunidade. Mais do que propor atividades ou roteiros, o papel da universidade é escutar, compreender o território e apoiar a construção de políticas públicas de turismo comunitário de forma participativa. Essas práticas são reconhecidas como instrumentos de desenvolvimento sustentável, porque mobilizam identidades, memórias e experiências compartilhadas. Conceitos fundamentais do marketing turístico são ressignificados. Segundo o Glossário de Termos do Turismo, a promoção turística é uma ferramenta do composto de marketing voltada à aproximação entre o produto e o público (MTUR, 2018, p. 24).

No artigo, a promoção turística foi realizada por meio de ações educativas e uma linguagem construída com a comunidade, reforçando símbolos afetivos e identitários da cidade. Embora o marketing turístico envolva estratégias voltadas ao mercado (MTUR, 2018, p. 19), neste estudo, o **mercado** é a própria comunidade. As ações foram pensadas para que os moradores se reconhecessem como protagonistas do turismo local, e não como simples receptores. Ao articular dados de campo, escuta ativa e fundamentação técnica, o estudo evidencia o potencial da universidade como agente mobilizador de pertencimento e transformação, tanto na forma de conhecer o território quanto nas formas de vivenciá-lo por meio do turismo.

### 2.3 POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS

As políticas públicas exercem papel estratégico no fortalecimento do turismo comunitário, pois estabelecem as bases institucionais e jurídicas para a valorização dos territórios, da cultura local e da participação cidadã. A municipalização dessas políticas, especialmente aquelas voltadas à sensibilização turística e ao pertencimento, é fundamental para garantir a continuidade das ações e o reconhecimento das comunidades como protagonistas na construção do destino turístico.

#### 2.3.1 Lei nº 5.405/2024 - Foz do Iguaçu

Aprovada em 2024, a Lei Municipal Nº 5.405/2024 regulamenta o turismo comunitário em Foz do Iguaçu - PR e representa um marco na consolidação de políticas públicas voltadas à sustentabilidade, à cultura viva e à governança popular.

A normativa prevê a criação de circuitos turísticos baseados no protagonismo das comunidades locais e no manejo sustentável dos recursos.

Conforme o texto legal:

Incentivar o Turismo Comunitário fomentando um modelo de desenvolvimento turístico com o protagonismo da comunidade [...] por meio do planejamento participativo, do manejo sustentável dos recursos naturais e da valorização cultural (FOZ DO IGUAÇU, 2024, ART. 2º, INCISO I).

Além disso, a Lei estabelece como princípio central:

Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs e conservar os seus bens culturais materiais e imateriais, bem como contribuir para o aproveitamento destes como produtos turísticos que representam a história local. (FOZ DO IGUAÇU, 2024, ART. 3º, INCISO IV).

A Lei torna-se um instrumento essencial para a inclusão de territórios simbólicos, como a Feirinha da JK, nas estratégias formais de planejamento turístico da cidade, reconhecendo seu valor identitário e comunitário como parte do patrimônio cultural de Foz do Iguaçu - PR.

### **2.3.2 Participação comunitária e sustentabilidade**

A participação comunitária no turismo é reconhecida como elemento estruturante pelas diretrizes nacionais. A Lei Geral do Turismo (LEI Nº 11.771/2008), em sua redação atualizada, estabelece que é dever do Estado:

Estimular a participação e o envolvimento das comunidades e populações tradicionais no desenvolvimento sustentável da atividade turística, para promover a melhoria de sua qualidade de vida e a preservação de sua identidade cultural. (BRASIL, 2008, ART. 6º, INCISO V).

Nessa mesma direção, o Plano Nacional de Turismo 2018–2022 ressalta que:

O Turismo responsável busca atuar no âmbito dos preceitos da ética e da responsabilidade socioambiental [...] promovendo valores comuns à humanidade, num espírito de tolerância e respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais (MTUR, 2018, P. 13).

O Programa de Regionalização do Turismo também enfatiza que o turismo sustentável deve ser orientado à inclusão social e à distribuição justa dos benefícios econômicos (MTUR, 2007). Pereira *et al.* (2024, p. 5) alertam que o conceito de turismo sustentável muitas vezes é utilizado de forma estratégica, servindo para legitimar interesses institucionais sem necessariamente ser efetivado na prática pelas gestões públicas. Assim, a existência de marcos legais, por si só, não garante mudanças concretas. É imprescindível que essas diretrizes sejam acompanhadas de ações integradas à escuta comunitária, à gestão participativa e a metodologias educativas que promovam o pertencimento e a valorização dos territórios simbólicos.

### **2.3.3 Economia solidária, sistemas sociais e o ato de educar**

A construção de sistemas sociais solidários, fundamentais para o turismo comunitário, requer compreender a educação como prática transformadora, que ultrapassa a mera transmissão de conteúdos e promove o desenvolvimento integral

dos sujeitos e seus vínculos com o território. Arruda (2009) expressa que educar é também despertar a intuição e o sentimento, superando instintos individualistas por meio de uma vontade solidária que amplia a consciência coletiva. Maturana (1997) reforça que os seres humanos são essencialmente sociais e emocionais, constituindo suas identidades em redes de convivência, não há indivíduo fora de um sistema social.

Acredita-se que sensibilizar para o turismo exige práticas educativas que respeitem as vivências locais, promovam a autonomia crítica e fortaleçam o pertencimento comunitário. Para DaSilva, Corrêa e Moura (2019), qualquer espaço pode se tornar um ambiente permanente de aprendizagem, como acontece nas Feiras Livres, que transcendem sua função comercial e tornam-se territórios de memória, convivência e educação cidadã. A educação amorosa e crítica, proposta por Freire (1997), é o caminho para formar sujeitos conscientes, capazes de pensar “por sua conta e risco” e de atuar como protagonistas na valorização do próprio território. A consolidação do turismo comunitário em Foz do Iguaçu - PR exige a integração entre políticas públicas, escuta ativa da população e práticas pedagógicas que articulem emoção, razão e compromisso com a justiça territorial. Educar, nesse contexto, é um ato de amor pelo território e de defesa de sua preservação simbólica e afetiva.

### **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

Este estudo é de natureza qualitativa e adota a estratégia metodológica de Estudo de Caso, subsidiada pela pesquisa participante (YIN, 2001). Para a coleta dos dados primários, foram utilizadas as técnicas de questionário semiestruturado, entrevista semiestruturada e observação participante (RICHARDSON, 1999).

O questionário foi aplicado junto aos moradores e frequentadores da Feirinha da JK, utilizando amostragem por acessibilidade. A entrevista semiestruturada foi realizada com Elaine Rodinski Mota Falcão, Secretária Executiva do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

O roteiro da entrevista foi elaborado com base na análise temática das categorias teóricas e teve como objetivo compreender a visão institucional sobre o nível de conhecimento da população em relação aos atrativos turísticos gratuitos da cidade, bem como o papel da gestão pública nas ações de sensibilização e no fortalecimento do turismo comunitário.

Além disso, foram coletados dados secundários por meio de pesquisa bibliográfica e documental, com destaque para os marcos legais do turismo em âmbito

nacional, estadual e municipal. A triangulação metodológica buscou garantir maior profundidade na análise e fortalecer a validade dos achados.

### 3.1 TÉCNICAS DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS E INFORMAÇÕES

A análise dos dados foi conduzida com base nas técnicas de análise temática e análise fenomenológica (VAN MANEN, 1990). As informações coletadas foram organizadas a partir de categorias teóricas previamente definidas, permitindo a interpretação dos significados emergentes na pesquisa de campo e sua articulação com o referencial conceitual do artigo.

### 3.2 LIMITAÇÕES

A principal limitação desta pesquisa foi a realização de apenas uma coleta de dados primários, vinculada a uma única ação de pesquisa participante realizada na Feirinha da JK, em Foz do Iguaçu - PR. Por esse motivo, as inferências resultantes restringem-se à análise temática desse recorte específico, não podendo ser generalizadas para outros contextos ou territórios. Adicionalmente, foram consultados materiais institucionais fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu - PR, com o intuito de contextualizar o histórico de ações públicas de sensibilização turística. Esses documentos contribuíram como suporte complementar à análise, mas não substituem novas coletas empíricas nem constituem evidências diretas sobre o envolvimento da comunidade local.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

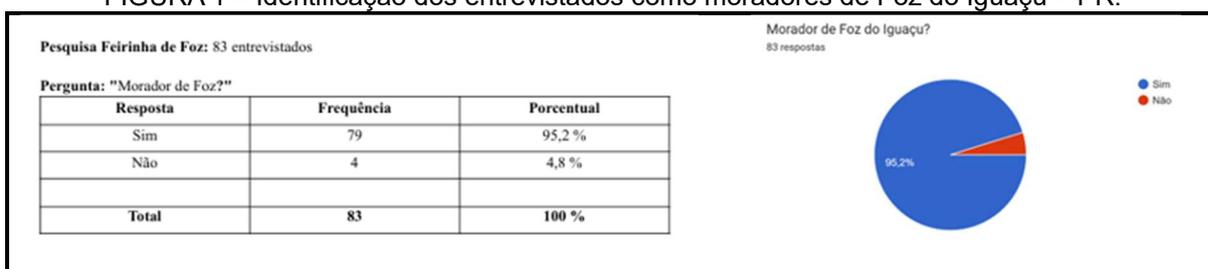
A partir da observação participante, da aplicação de questionários e da escuta ativa, buscou-se compreender de que forma o pertencimento e a sensibilização turística comunitária podem atuar como forças mobilizadoras no contexto do turismo local. *A priori* descrevem-se os dados referentes ao perfil dos participantes e ao grau de conhecimento sobre os atrativos turísticos gratuitos da cidade. Em seguida, discutem-se as implicações simbólicas e políticas desses achados, relacionando-os à cultura local, à identidade comunitária e à participação cidadã. Também são analisadas as ações educativas realizadas no âmbito do projeto de extensão **Foz na Faixa – Conheça sua Casa** e os materiais produzidos com fins de sensibilização. Por fim, destacam-se os desafios e as potencialidades observadas ao longo do processo, com foco na construção de um turismo comunitário fundamentado na escuta, na valorização do território e no protagonismo dos moradores.

### 4.1 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS E PRODUTOS

A pesquisa participante realizada na Feirinha da JK evidenciou o potencial de espaços cotidianos para a construção do pertencimento comunitário em Foz do Iguaçu

- PR. Ações como visitas guiadas, rodas de conversa e valorização simbólica do território emergiram como caminhos potentes para fortalecer o turismo cultural e a educação patrimonial. Produziram-se materiais gráficos e digitais com identidade própria, a marca **Foz na Faixa**, aplicada em folders, banners e redes sociais para aproximar moradores da proposta. A coleta de dados, realizada com 83 participantes, revelou que 95,2% eram moradores da cidade, com forte adesão das regiões periféricas e predominância de mulheres entre 25 e 54 anos.

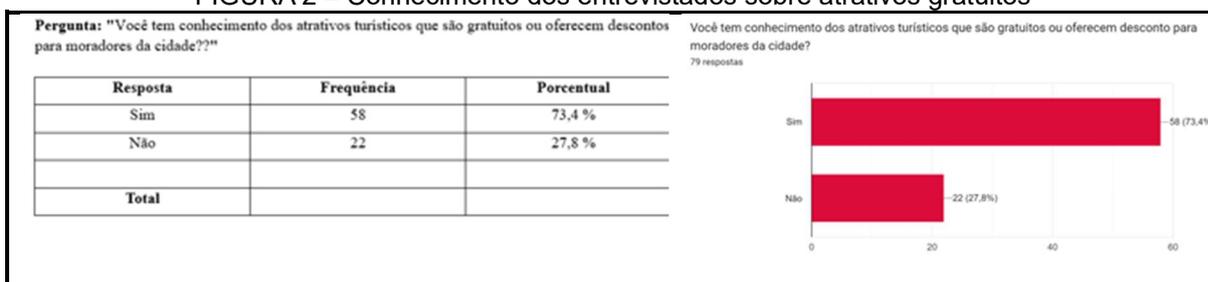
FIGURA 1 – Identificação dos entrevistados como moradores de Foz do Iguazu – PR.



A maioria dos participantes era residente da cidade, indicando o potencial da feirinha da JK como ponto de mobilização comunitária. Fonte: Relatório parcial do projeto Foz na Faixa (2024).

O levantamento indicou que, embora 78,5% tenham visitado algum atrativo turístico no último ano, 27,8% desconhecem os atrativos gratuitos ou com benefícios para moradores. Além disso, 22,8% afirmaram querer conhecer a cidade, mas não sabem por onde começar, o que revela a importância de ações de divulgação acessíveis.

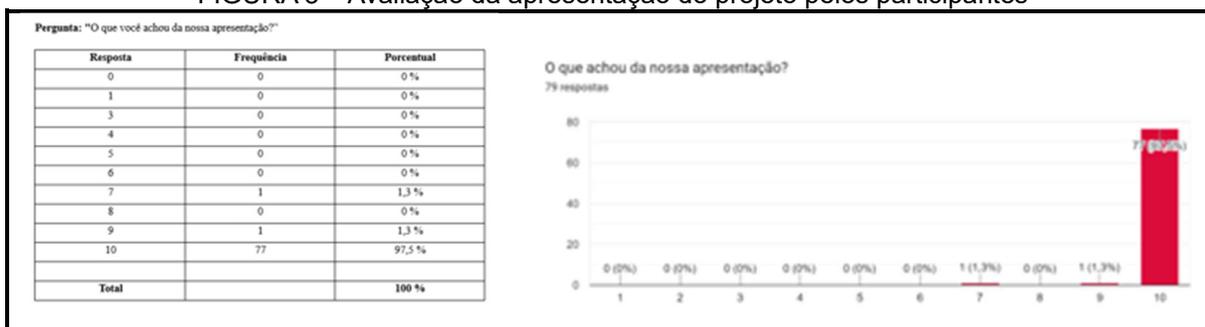
FIGURA 2 – Conhecimento dos entrevistados sobre atrativos gratuitos



Quase um terço dos moradores desconhece os atrativos turísticos acessíveis. Fonte: Relatório parcial do projeto Foz na Faixa (2024).

A avaliação da ação durante a feirinha da JK foi extremamente positiva: 97,5% deram nota máxima ao projeto e 94,9% demonstraram interesse em continuar recebendo informações. Esses dados comprovam o impacto da sensibilização turística como ferramenta de mobilização e de fortalecimento do pertencimento.

FIGURA 3 – Avaliação da apresentação do projeto pelos participantes



A maioria absoluta dos participantes avaliou positivamente a ação na feirinha da JK. Fonte: Relatório parcial do projeto Foz na Faixa (2024).

Esses achados confirmam que, quando os moradores são reconhecidos como parte ativa do sistema turístico, há maior receptividade às ações de sensibilização e maior engajamento com o território. A articulação entre diagnóstico, escuta ativa e linguagem acessível foi decisiva para transformar o espaço da feirinha da JK em um ambiente de aprendizagem e pertencimento, consolidando a proposta do turismo comunitário como caminho para a valorização dos saberes locais.

#### 4.2 ANÁLISE DOS DADOS E INFORMAÇÕES DA PESQUISA: INTERPRETAÇÕES E REFLEXÕES

A escolha por explorar o turismo comunitário neste trabalho foi motivada pela vivência direta na Feira das Nações da Avenida JK, conhecida como Feirinha da JK. Esse espaço revelou-se um território de convivência multicultural, práticas alimentares afetivas e pertencimento urbano.

Apesar disso, ainda não é reconhecido oficialmente como atrativo turístico, o que reforça a exclusão de espaços comunitários do planejamento institucional e a urgência de políticas públicas que incorporem os territórios da cultura viva ao sistema turístico local. A pesquisa revelou a ausência de ações sistemáticas de sensibilização turística em Foz do Iguaçu - PR. Embora tenham existido campanhas públicas em períodos anteriores, elas não foram mantidas, o que compromete a construção do pertencimento e o reconhecimento dos atrativos locais. Dados da pesquisa mostraram que 22,8% dos moradores gostariam de conhecer a cidade, mas não sabem como, evidenciando a necessidade de estratégias educativas e canais acessíveis de comunicação.

Maturana (1998) aponta que a identidade é relacional e construída em meio às dinâmicas sociais. A falta de continuidade das políticas públicas impacta diretamente no fortalecimento da identidade local. Retomar essas ações, especialmente com populações jovens e periféricas, é essencial para estabelecer a cultura de pertencimento e do engajamento com o território.

FIGURA 4 – Interação cultural na  
Feirinha da JK



FIGURA 5 – Registro de ação  
educativa da gestão pública



FIGURA 6 –  
Sensibilização turística na  
feira



Acervo do Projeto Foz na Faixa (2024) e Secretaria Municipal de Turismo (2024).

A prática extensionista do projeto **Foz na Faixa** busca responder a esse desafio por meio da escuta ativa e da valorização dos espaços simbólicos vividos pela comunidade. A sensibilização turística não é apenas divulgação, é pedagogia do território, ação educativa baseada na afetividade, no reconhecimento e na coletividade. Durante a pesquisa, a equipe teve acesso a registros institucionais da Secretaria de Turismo que comprovam a realização de campanhas educativas no passado. Essas ações incluíam formações com servidores, atividades em escolas e materiais didáticos sobre atrativos turísticos.

Ao resgatar essas experiências, o projeto reforça que sensibilizar é também recordar, dar visibilidade às memórias institucionais e escutar as vozes históricas que moldaram a identidade turística da cidade. A educação para o turismo deveria ser compreendida como prática cidadã, afetiva, contínua e transformadora.

#### 4.3 TURISMO E CULTURA LOCAL

A cultura local manifesta-se nas relações cotidianas, nos saberes populares e nas práticas comunitárias transmitidas entre gerações. Na Feirinha da JK, essa cultura ganha forma nos sabores, nas mãos do artesanato, na religiosidade e nas trocas sociais, configurando um espaço de resistência simbólica em Foz do Iguazu - PR.

A FIGURA 7 – Ações educativas e interativas com moradores durante a Feirinha da JK.



Estudantes realizam rodas de conversa e atividades interativas com os moradores. Fonte: Acervo do Projeto Foz na Faixa (2024).

Para Martins (2002), o **local** é construído pelas interações pessoais no cotidiano, e o desenvolvimento só se realiza quando a comunidade participa ativamente. Castilho et al. (2009) complementam que é a própria cultura que confere identidade e legitimidade às comunidades. O projeto **Foz na Faixa** incorporou estratégias educativas simples, como folders informativos, rodas de conversa e **quizzes**, que estimularam reflexões sobre o pertencimento entre os moradores.

Figura 8 – Frente do folder informativo distribuído pelo projeto “Foz na Faixa”.



Figura 9 – Verso do folder informativo do projeto “Foz na Faixa”.



Folder com atrativos gratuitos e QR codes distribuído na feirinha da JK.  
Fonte: Acervo do Projeto Foz na Faixa (2024).

Segundo Oliveira (2002) e Brasil (2007), sensibilizar a comunidade é essencial para que ela se envolva no processo turístico e fortaleça sua própria região. Sen (2010) reforça que o desenvolvimento vai além da economia: inclui dignidade, cultura e pertencimento. A experiência de campo demonstrou que não há desenvolvimento local sem envolvimento direto dos sujeitos do território. Arnaudo e Corbella (2013) expressam que o desenvolvimento deve respeitar as dinâmicas culturais de cada comunidade. Assim, a cultura local não é apenas cenário do turismo, é elemento ativo e transformador. Quando mediada por ações educativas e participativas, ela fortalece a identidade, promove inclusão e transforma o pertencimento em ação cidadã. A Feirinha da JK, portanto, é mais do que um ponto de encontro: é um território educativo e afetivo, capaz de reencantar os moradores com sua própria cidade e ampliar os horizontes do turismo comunitário.

#### 4.4 PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA E IDENTIDADE

A identidade é relacional e sistêmica, transformando-se continuamente conforme as dinâmicas sociais, políticas e ambientais vivenciadas pelos sujeitos (MATURANA, 1998; MATURANA; REZEPKA, 2003). Os dados desta pesquisa revelam que a ausência de políticas públicas contínuas voltadas à sensibilização turística enfraquece o fortalecimento da identidade local e limita a participação cidadã na construção do destino turístico. Retomar essas ações, especialmente junto a jovens e moradores das periferias urbanas, é essencial para consolidar uma cultura de pertencimento, respeito mútuo e engajamento comunitário em Foz do Iguaçu - PR.

#### 4.5 DESAFIOS E POTENCIALIDADES DA SENSIBILIZAÇÃO TURÍSTICA

A criação da marca **Foz na Faixa** vai além da identidade visual: é uma ação educativa, política e comunitária. Inspirado no conceito de “ato comunicativo de libertação” de Freire (2001), o projeto busca dar voz aos moradores e reafirmar seu papel como protagonistas do turismo local.

FIGURA 10 – Logomarca oficial do projeto **Foz na Faixa – Conheça sua Casa**



Fonte: Acervo do Projeto **Foz na Faixa** (2024).

FIGURA 11 – Apresentação do propósito e dos objetivos da marca



Fonte: Acervo do Projeto **Foz na Faixa** (2024).

Os personagens da campanha representam a diversidade local e reforçam, de forma acolhedora, que o turismo também pertence à comunidade. Essa linguagem acessível aproxima os moradores da proposta e desperta o sentimento de pertencimento.

FIGURA 12 – Variedade de personagens da campanha



FIGURA 13 – Materiais digitais e de redes sociais do projeto **Foz na Faixa**



Representações visuais da campanha Foz na Faixa, com personagens diversos e materiais digitais de sensibilização comunitária. Fonte: Acervo do Projeto **Foz na Faixa** (2024).

A premissa é clara: os atrativos turísticos devem ser vivenciados também pelos moradores, como direito ao lazer e à cidadania. A separação simbólica entre “o que é para o turista” e “o que é para o morador” reforça barreiras que a sensibilização comunitária busca romper. A Constituição Federal, em seu Art. 180, estabelece que o

Estado deve promover o lazer como fator de desenvolvimento econômico e social. Portanto, garantir o acesso dos moradores aos atrativos não é um favor, é um direito que contribui para o bem-estar e a justiça territorial.

Nesse sentido, a sensibilização turística deve ser compreendida como uma pedagogia crítica do território, um gesto político, educativo e coletivo, que transforma o ato de conhecer a cidade em exercício de pertencimento e cidadania ativa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Este estudo teve como objetivo analisar o pertencimento, compreendido como topofilia comunitária, como ferramenta de sensibilização turística na cidade de Foz do Iguaçu - PR. A investigação, ancorada em pesquisa participante realizada na Feirinha da JK por meio do projeto de extensão **Foz na Faixa – Conheça sua Casa**, buscou compreender de que forma os vínculos simbólicos com o território podem fortalecer práticas de turismo comunitário mais inclusivas, educativas e sustentáveis. Infere-se que a sensibilização turística comunitária vai além de campanhas informativas: ela exige o reconhecimento e a valorização das experiências afetivas e coletivas das comunidades com seus territórios. No entanto, essas relações nem sempre são percebidas com clareza por instituições ou moradores. Como alerta Mlodinow (2009, p. 18), a mente humana tende a buscar explicações causais diretas para os acontecimentos, o que dificulta a compreensão de fenômenos simbólicos, subjetivos ou historicamente construídos.

Esse *insight* revela que o pertencimento não é apenas uma sensação emocional ou individual, mas uma construção política e coletiva, enraizada na memória, nos vínculos simbólicos e na participação cidadã. Compreender o território como lugar de significado e identidade é condição essencial para o desenvolvimento de práticas de turismo comunitário baseadas na escuta, na valorização cultural e na formação para o protagonismo.

Pode-se concluir que o artigo contribui para o campo do turismo ao integrar extensão universitária, pesquisa qualitativa e políticas públicas locais, promovendo o diálogo entre teoria e prática. No ensino, fortalece metodologias ativas e reafirma o papel da universidade na formação de sujeitos críticos, comprometidos com a valorização de seus territórios. Na comunidade, o projeto **Foz na Faixa** representa um gesto de escuta e valorização simbólica de espaços cotidianos muitas vezes invisibilizados pelas estratégias tradicionais de promoção turística. Ficou evidente na pesquisa que o desejo de conhecer e pertencer existe, mas carece de caminhos claros

e políticas que acolham essa vontade. No poder público, os resultados funcionam como espelho: revelam tanto iniciativas descontinuadas quanto oportunidades concretas de retomada. A memória institucional de ações educativas anteriores deve ser resgatada como base para uma gestão mais sensível e participativa.

Ao documentar o desconhecimento dos moradores sobre os atrativos gratuitos e, ao mesmo tempo, registrar seu entusiasmo em redescobrir a cidade, o artigo evidencia o potencial de reencantar a população com seu próprio território. O pertencimento, quando estimulado com cuidado, transforma-se em ação coletiva e em defesa política do lugar vivido. A criação da marca Foz na Faixa, os materiais gráficos e os instrumentos de escuta utilizados demonstram que sensibilizar é mais do que informar: é provocar um novo olhar, despertar memórias e fortalecer vínculos afetivos. O artigo lança uma convocação ética a educadores, gestores públicos e profissionais do turismo: qual o seu papel na construção de um turismo feito por quem vive, sente e cuida da cidade?

Pesquisas futuras podem aprofundar a investigação sobre os efeitos das ações de sensibilização turística na construção da identidade territorial, especialmente por meio de metodologias participativas aplicadas em diferentes bairros da cidade. Também é relevante analisar os impactos da Lei nº 5.405/2024 na prática cotidiana de grupos e coletivos que atuam com turismo comunitário. Outros estudos podem explorar a eficácia de ações educativas realizadas por escolas, universidades ou secretarias municipais, com foco em crianças, jovens e moradores de regiões periféricas. Essa abordagem contribuiria para identificar estratégias mais eficazes na formação de agentes multiplicadores do turismo comunitário. Por fim, destaca-se a importância de investir em abordagens interdisciplinares que articulem turismo, educação, psicologia social, políticas públicas e comunicação comunitária, de modo a compreender com mais profundidade os sentidos de pertencimento e os processos de emancipação no território.

## 6 REFERÊNCIAS

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.

ARRUDA, M. **Educação para uma economia do amor**: educação da práxis e economia solidária. Prefácio de Gaudêncio Frigotto. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm). Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. **Ministério do Turismo.** Módulo operacional 1 - sensibilização do programa de regionalização do turismo: roteiros do Brasil. Brasília, DF: Ministério do Turismo; Secretaria Nacional de Políticas de Turismo; Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico; Coordenação Geral de Regionalização, 2007, p.15

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo 2018–2022:** mais emprego, renda e inclusão social. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/plano-nacional-do-turismo-2018-2022>. Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo:** módulo operacional 7 – Participação e Sustentabilidade. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/programa-de-regionalizacao-do-turismo>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CASTILHO, A. M. P.; ARENHARDT, A. R.; BOURLEGAT, C. A. (2009). Desenvolvimento e Cultura: desafios para a sustentabilidade. **Revista Desenvolvimento em Questão**, 7(13), p. 157-176.

CRIPPA, Adolpho. **Mito e Cultura.** São Paulo: Convívio, 1975.

DASILVA, J. C.; CORRÊA, J. J.; MOURA, J. C. R. Educação Amorosa: possibilidades e delimitações. *Revista Pleiade*, v. 13, n. 25, p. 26-40, 2019.

DASILVA, A. J.; SOBRAL, R. C.; MOREIRA, L. F.; FRARE DA SILVA; M. J. Sistemas sociais e as implicações na Inteligência Competitiva e na Gestão do Conhecimento nos arranjos da Sociedade Digital. DOI: 10.36229/978-65-5866-329-4.CAP.09. In: **Administração Contemporânea – Volume 1.** Organização: Elizângela de Jesus Oliveira, Rute Holanda Lopes, Maria Eliane Barbosa Lacerda, Léia Maria Erlich, Ruwer, Priscila Rezende da Costa. Belo Horizonte MG: Editora Poisson, 2024.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2001.

FOZ DO IGUAÇU. **Lei nº 5.405, de 2 de maio de 2024.** Institui a Política Municipal de Turismo Comunitário. Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, 2024.

PROJETO DE EXTENSÃO – FOZ NA FAIXA. Vivian Costa Brito (Coordenadora do Projeto). Projeto de Vinculado ao Curso de Turismo. Foz do Iguaçu, 2024.

FREIRE, P. **Educação e mudança.** 25. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da indignação:** cartas pedagógicas e outros escritos. São Paulo: Ed. UNESP, 2000.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

- FREIRE, Paulo. **Pedagogia dos sonhos possíveis**. São Paulo: Ed. UNESP, 2001.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
- MTUR – **Glossário de Termos do Turismo**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf> - pagina 29 - Acesso em: 23 abr. 2025.
- 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.
- MATURANA, R. Humberto. **A ontologia da realidade**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1997.
- MATURANA, H. **Emoções e linguagem na educação e na política**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- MLODINOW, Leonard. **O andar do bêbado: como o acaso determina nossas vidas**. Tradução de Alves Calado. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- OLIVEIRA, C.G.S. **Viabilidade e sustentabilidade do turismo rural**. Brasília, DF: Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo, 2002.
- PEREIRA, D. L. P. et al. Turismo sustentável, para quem? Reflexões sobre políticas públicas para o turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 18, p. 1–22, 2024.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU. Acervo institucional de campanhas educativas e materiais de sensibilização turística. Foz do Iguaçu/PR. Disponível mediante consulta direta.
- SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.
- TUAN, Yi-Fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: DIFEL, 1980.
- VAN MANEN, M. **Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy**. New York: State of New York Press, 1990.
- VIOLANTE; A. C.; DASILVA, A. J. Turistas e Ilhéus: a difícil convivência de diferentes grupos sociais. **Congresso Internacional de Administração**. Anais de 2009. Disponível em: [admpg.com.br](http://admpg.com.br). Acesso em: 15.01.2025.
- YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.