



Anais

11º Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria

27 a 29 de Novembro 2023

REALIZAÇÃO:



Escola de Negócios,
Educação e
Comunicação



PPGTH

PATROCÍNIO:



APOIO:



FICHA CATALOGRÁFICA

F779 Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria (FCGTurH) (11 : 2023 : Balneário Camboriú, SC).
Turismo gastronômico [recurso eletrônico] : 27, 28 e 29 de novembro. Anais / Universidade do Vale do Itajaí. Escola de Negócios, Educação e Comunicação – Itajaí, SC: Univali, 2023.

Disponível em: www.univali.br/fcgturh

Encontro realizado no período de 27 de novembro a 29 de novembro de 2023

ISSN: 2446-7871

Sistema requerido: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

1. Turismo. 2. Hotelaria. 3. Gastronomia – Estudo e ensino.
4. Planejamento turístico. 5. Turismo e Hotelaria I. Título.

CDU: 380.8:641

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Comunitária da Univali Campus Biguaçu



Comissão Organizadora e Científica

Ana Paula Lisboa Sohn, D.ra
Emiliana Da Silva Campos Souza, M.a
Francine Simas Neves, M.a
Luciano Torres Tricarico , D.r

Marcos Arnhold Junior , D.r
Pablo Flôres Limberger, D.r
Rodolfo Wendhausen Krause, D.r
Rogério Corrêa, D.r

Sumário

GRUPO TEMÁTICO – DIMENSÕES AMBIENTAIS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA. 7

AS RESERVAS PARTICULARES DO PATRIMÔNIO NATURAL (RPPNs) EM SANTA CATARINA ENQUANTO CATEGORIA DE UNIDADE DE CONSERVAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM A VISITAÇÃO E OFERTA TURÍSTICA NO ESTADO	8
RIO DE JANEIRO UM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EM TRANSFORMAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES DO PARQUE ESTADUAL DA PEDRA BRANCA NO EIXO DE SUSTENTABILIDADE.....	9
DESCARBONIZAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS: FUNDAMENTOS, DIMENSÕES E INDICADORES: EM BUSCA DE UM FUTURO SUSTENTÁVEL.....	10
OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE DO MUNICÍPIO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ	11
PERSPECTIVAS PARA COP-30: O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL NO MUSEU EMÍLIO GOELDI E SEU IMPACTO EM DISCUSSÕES CLIMÁTICAS	12
DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	13
A INFLUÊNCIA DAS REDES DE COOPERAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO INTELIGENTE EM BARCELONA	14
ECONOMIA COMPARTILHADA: IMPACTOS NA REPUTAÇÃO ONLINE DAS ACOMODAÇÕES DO AIRBNB	15

GRUPO TEMÁTICO – DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ÉTNICAS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA

TURISMO GASTRONÔMICO: A atividade turística gastronômica em Manaus	17
CIDADE DA GASTRONOMIA CRIATIVA: A COMERCIALIZAÇÃO DA FARINHA DE BRAGANÇA, NA CIDADE DE BELÉM	18
UM RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE A GASTRONOMIA MARANHENSE: UM ESTUDO DE CASO NO MUSEU DA GASTRONOMIA.	19
FESTIVAL GASTRONÔMICO E SEUS BENEFÍCIOS: Estudo de caso da FENAOSTRA de Florianópolis- SC.....	20
VAMOS FALAR SOBRE LAZER GASTRONÔMICO NA AMAZÔNIA BRASILEIRA?	21
(HER) MANOS Y DEMOCRACIA: ANÁLISANDO A EXPERIÊNCIA DO MUSEU MARCAS PARA RECORDAR EM CÓRDOBA (ARG), A PARTIR DA INTERPRETAÇÃO DO	22
TURISMO, CULTURA E GOVERNANÇA – UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA NA WEB OF SCIENCE	23
GRUPO GRÃO DE COR, ARTESANATO DE AREIA COLORIDA PRODUZIDA EM FORTALEZA/CE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS MESTRAS SEM TITULAÇÃO OFICIAL	24
É O BOTO SIM SENHOR, NA AMAZÔNIA E O TURISTA APRENDIZ.....	25

O LAZER DE QUEM VISITA PARQUE NO AMAZONAS	26
MULHERES NA LIDERANÇA: OS DESAFIOS DAS GERENTES EM MEIOS DE HOSPEDAGEM NOS MUNICÍPIOS DE ARARANGUÁ E ARROIO DO SILVA	27
A LEGITIMIDADE DOS FESTIVAIS VISTA ATRAVÉS DA TEORIA DE SUCHMAN (1995): UMA ABORDAGEM CONCEITUAL	28
GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	29
REFLEXÕES SOBRE TURISMO E EDUCAÇÃO BÁSICA NO LITORAL NORTE DO RIO GRANDE DO SUL.....	30
PERTENCIMENTO, PATRIMÔNIO E CIDADANIA: PRÁTICA DE TURISMO PEDAGÓGICO EM OSÓRIO/RS	31
AUTORES-REFERÊNCIA E A ABORDAGEM SISTÊMICA NO TURISMO: ESTUDO DA BASE EPISTEMOLÓGICA A PARTIR DA ANÁLISE DAS TESES INDEXADAS NO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOTELARIA DA UNIVALI	32
GRUPO TEMÁTICO – GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA	33
AMENITIES: QUADRO-REFERÊNCIA PARA HOTELARIA DE LUXO	34
O BALONISMO LEVA A OCUPAÇÃO HOTELEIRA ÀS ALTURAS? ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE PRAIA GRANDE (SC)	35
ORIENTAÇÃO PARA O MERCADO E A MATURIDADE DO MARKETING DIGITAL EM MEIOS DE HOSPEDAGEM	36
A INFLUÊNCIA DO DESIGN DE INTERIORES NA EXPERIÊNCIA DOS HÓSPEDES: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	37
REVISÃO DO IMPACTO DO SELO DE CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA DA UNESCO PARA FLORIANÓPOLIS.....	38
ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS FUNCIONÁRIOS E A PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DOS HÓSPEDES: UM ESTUDO DE CASO NO HOTEL ZATA DE CRICIÚMA (SC).....	39
INTER-RELAÇÕES ENTRE FLORIANÓPOLIS E PORTO ALEGRE QUANTO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE NA ÁREA DA GASTRONOMIA	40
EXPERIÊNCIAS HEDÔNICAS EM RESTAURANTES E A GERAÇÃO DO BOCA A BOCA ON LINE POSITIVO	41
A GASTRONOMIA COMO ATIVIDADE TURÍSTICA: PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES PARA A RETOMADA ECONÔMICA NO PERÍODO PÓS-PANDEMIA	42
TURISMO E CAFÉ: CONSUMO DE CAFÉ EM PONTOS TURÍSTICOS DE CURITIBA.....	44
MARKETING TURÍSTICO: UM PANORAMA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA.....	45

AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DO TURISTA SOBRE ATRATIVOS TURÍSTICOS: UM ESTUDO DE CASO NO TREM DO VINHO EM BENTO GONÇALVES, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL.....	46
ORQUESTRA DE BATERIAS: PERFIL DO PÚBLICO E PERCEPÇÃO DA QUALIDADE.....	47
HOSPITALIDADE EM EVENTOS	48
ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE TURISMO DA REGIÃO TURÍSTICA DO BREJO DA PARAÍBA.....	49
CONVERGÊNCIA DE TRATADOS INTERNACIONAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS: OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, AGENDA 2030 E O MINISTÉRIO DO TURISMO	50
GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO DE DESTINOS URBANOS OU RURAIS	51
CICLOTURISMO E CERVEJA: PROPOSTAS DE INCENTIVO À ROTEIRIZAÇÃO DAS CERVEJARIAS DE ITAJAÍ E BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC)	52
REDES COLABORATIVAS E GOVERNANÇA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: O CASO DA COLÔNIA MURICI-	53
ANÁLISE DA TEORIA DE CLUSTER TURÍSTICO COM FOCO NA COOPERAÇÃO	54
TURISMO E ACESSIBILIDADE NA ILHA DO COMBU: DESAFIOS E OPORTUNIDADES	55
O BUMBA MEU BOI INFLUENCIANDO A LÓGICA DE PRODUÇÃO E DE CONSUMO DO TURISMO NO MARANHÃO	56
SEGURANÇA TURÍSTICA INTELIGENTE EM CURITIBA: O CASO DA MURALHA DIGITAL.....	57
GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA GASTRONOMIA, TURISMO E	58
MARKETING DE DESTINOS: UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS E DE INICIATIVAS POTENCIALIZADORAS.....	59
EVENTO DE INOVAÇÃO NO TURISMO: O CASO HACKATOUR CATARATAS.....	60
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM BENTO GONÇALVES, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL, COM BASE NOS EIXOS ESTRUTURANTES DO RANKING CONNECTED SMART CITIES.....	61
A IMPORTÂNCIA DA TELECOLABORAÇÃO NO ENSINO DE LÍNGUAS PARA A FORMAÇÃO DE ESTUDANTES DE TURISMO: UM OLHAR PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO VIA INCLUSÃO	62



**GRUPO TEMÁTICO – DIMENSÕES AMBIENTAIS NA
GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**



AS RESERVAS PARTICULARES DO PATRIMÔNIO NATURAL (RPPNs) EM SANTA CATARINA ENQUANTO CATEGORIA DE UNIDADE DE CONSERVAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM A VISITAÇÃO E OFERTA TURÍSTICA NO ESTADO

Lara Carolina Becegato

Mestranda em Ciência e Tecnologia Ambiental pela Universidade do Vale do Itajaí.
larabecegato@hotmail.com

Paulo dos Santos Pires

Doutor em Geografia, Universidade do Vale do Itajaí.
pires@univali.br

RESUMO

As áreas protegidas denominadas de Unidades de Conservação (UCs), são estratégias para conservação da biodiversidade e das paisagens naturais e culturais. Parte destas áreas são criadas com a finalidade de receber visitação como forma de oportunizar à sociedade, o contato com ambientes naturais despertando assim, interesse pela sua proteção. No Brasil, as Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN) atendem a esta condição, porém, não obstante seu elevado número em todo país, ainda há pouco conhecimento sobre visitação turística nas mesmas. Diante deste contexto, esta proposta de trabalho teve como objetivo geral caracterizar as RPPNs em Santa Catarina vinculadas à esfera federal (ICMBio) e estadual (IMA), com ênfase na visitação e na oferta turística no estado. A pesquisa teve cunho qualitativo com etapas exploratórias com coleta de dados em fontes primárias de caráter documental apoiada por tratamento quantitativo e estatístico quando pertinente. As análises foram orientadas pelo marco técnico e metodológico existente na área, como as diretrizes oficiais e os documentos de referência para planejamento e gestão de UCs. Com o conhecimento gerado, obteve-se um quadro descritivo sobre a interface RPPNs, visitação e turismo, ampliando o conhecimento acadêmico nesses campos.

Palavras-chave: Turismo; Unidade de Conservação; Reserva Particular do Patrimônio Natural.



RIO DE JANEIRO UM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EM TRANSFORMAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES DO PARQUE ESTADUAL DA PEDRA BRANCA NO EIXO DE SUSTENTABILIDADE

Angelice Raquel Motter Manzino

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo- FURG angelice.motter@gmail.com

Tarcísio Silva e Cunha

Mestrando em Ecoturismo e Conservação- UNIRIO, Graduando em Gestão Ambiental- IFRJ; Bacharel em Turismo- UFRRJ, Servidor do Instituto Estadual do Ambiente- INEA/RJ, tarcisiocunha1@gmail.com

Sara joana Gadotti dos Anjos

Professora, Doutorado, Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria PPGTH, Universalidade do Vale do Itajaí- Univali, sara@univali.br

RESUMO

Essa pesquisa bibliográfica teve como objetivo analisar as contribuições do Parque Estadual da Pedra Branca, no Estado do Rio de Janeiro na sustentabilidade como eixo de avaliação de um Destino Turístico Inteligente, no município do Rio de Janeiro, indicado no projeto piloto do Ministério do Turismo em 2021. O parque tem uma das maiores florestas urbanas do mundo, e é considerado um importante espaço de conservação e de entretenimento para comunidade local e demais visitantes. Como resultados, foram identificadas ações dos subeixos da sustentabilidade, sendo o econômico e ambiental contemplados com os indicadores do DTI, quanto ao subeixo social, não puderam ser analisados nessa pesquisa bibliográfica, mas foram apontados outros fatores de cunho social desenvolvidos no parque.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Destino Turístico Inteligente- DTI. Parque Estadual da Pedra Branca- Rio de Janeiro. Instituto Estadual do Ambiente- INEA. Unidade de Conservação- UC.



DESCARBONIZAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS: FUNDAMENTOS, DIMENSÕES E INDICADORES: EM BUSCA DE UM FUTURO SUSTENTÁVEL

Giancarlo Philippi Zacchi

Pós-Doutorando em Turismo, Doutor em Gestão de Design, Mestre em Administração,
Turismólogo. Universidade do Vale do Itajaí – gianpzacchi@gmail.com

Luiz Carlos da Silva Flores.

Pós-Doutor em Turismo, Doutor em Engenharia de Produção, Mestre em
Administração, Administrador – Universidade do Vale do Itajaí – luiz.flores@univali.br

RESUMO

A descarbonização do setor turístico é uma emergência para sobrevivência da atividade. O objetivo deste trabalho é investigar como se encontra atualmente os aspectos teórico-práticos da descarbonização de destinos turísticos. Realizou-se uma revisão sistemática com auxílio de uma bibliometria. O trabalho teórico é de natureza básica, descritivo exploratório, com abordagem qualitativa. Os resultados demonstram a necessidade de novas investigações na área; que a descarbonização é um processo de redução das emissões de gases de efeito estufa; e que seu conceito envolve uma construção multidisciplinar.

Palavras-chave: Descarbonização. Destino Turístico Inteligente. Mudanças Climáticas.



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE DO MUNICÍPIO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ

Eduarda Montibeller Schuch

dumontibeller@gmail.com

Victor Burigo Souza

victorburigosouza@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de identificar as metas dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável atendidas/contempladas em projetos desenvolvidos nas praias do município de Balneário Camboriú/SC, pela Secretaria do Meio Ambiente, que contribuem para a sustentabilidade e para o turismo. Com isso, as observações deste trabalho servem de subsídio para a teoria e a prática das áreas da sustentabilidade e do turismo. Para alcançar o objetivo foi realizado um estudo de caso qualitativo e descritivo. Como resultados, foram descritas cada uma das metas identificadas. Também foram apontadas sugestões de melhorias para a Secretaria do Meio Ambiente que poderão contribuir para que suas políticas, programas, projetos e ações se coadunem ainda mais com as metas dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentáveis.

Palavras-chave: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Sustentabilidade. Políticas Públicas. Turismo.



PERSPECTIVAS PARA COP-30: O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL NO MUSEU EMÍLIO GOELDI E SEU IMPACTO EM DISCUSSÕES CLIMÁTICAS

William Mateus de Souza Ferreira

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e williammateusmary@gmail.com

Milene de Cássia Santos de Castro

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e castro.milene2010@gmail.com

Jonathan Rodrigues Nunes

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e Jonathanrodrigues58@hotmail.com

RESUMO

A COP-30, que acontecerá em Belém, no Pará, é uma oportunidade para discutir o desenvolvimento do turismo sustentável, como uma alternativa viável à atividade turística com baixo impacto ambiental. O objetivo deste trabalho é analisar as perspectivas do evento COP-30 a partir do turismo sustentável no Museu Paraense Emílio Goeldi com impactos positivos em discussões climáticas. O MPEG é uma instituição de pesquisa que desempenha um papel importante no turismo sustentável da região e pode contribuir para essa discussão, servindo como um modelo para o turismo sustentável na Amazônia baseado no planejamento e se torne objeto de discussão que debatam os desafios e as oportunidades desta área na COP-30 em prol da preservação e conservação ambiental.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento. COP-30.



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Giselle Rosano de Carvalho Queiroz

Mestranda no curso de Turismo e Hotelaria, na Univali – Universidade do Vale do Itajaí, de Balneario Camboriú. E-mail: gisellerosano@msn.com.br

RESUMO

O aumento na procura por destinos e cidades inteligentes decorre das transformações nas interações e no comportamento dos viajantes. É fundamental que os pequenos empreendimentos se atualizem sobre as principais mudanças, especialmente aquelas ligadas ao seu público, para reconhecer a necessidade de ajustes essenciais para a sobrevivência do negócio. Inovar envolve entender as tendências de mercado, antecipar transformações e se preparar para agregar valor ao público-alvo, aumentando assim a competitividade enquanto destino turístico. Ao versar as questões supracitadas, a presente pesquisa tem o propósito de investigar o problema de pesquisa assinalado a seguir: Quais são os benefícios e desafios associados à implementação de tecnologias e abordagens inteligentes em destinos turísticos? Com relação ao objetivo geral, o presente estudo tem a finalidade de avaliar o papel das tecnologias emergentes na transformação de destinos turísticos tradicionais em destinos turísticos inteligentes. Nesta investigação, houve a identificação de três objetivos específicos, os quais são apresentados da seguinte maneira: averiguar as tecnologias utilizadas em destinos turísticos inteligentes, com ênfase para os impactos gerados nas experiências dos turistas; examinar como a gestão de destinos turísticos inteligentes contribui para a sustentabilidade ambiental; analisar a eficácia das estratégias de marketing na prospecção de turistas em destinos turísticos inteligentes. Para o desenvolvimento desta pesquisa, aplicou-se o método de Revisão Bibliográfica Narrativa – Revisão de Literatura, com pesquisa qualitativa exploratória. A análise da literatura identificou as principais tecnologias empregadas em destinos turísticos inteligentes, enfatizando seu potencial para melhorar a experiência do turista e a gestão sustentável do destino.

Palavras-chave: Cidades Inteligentes. Competitividade. Destinos Turísticos Inteligentes. Inovação. Tecnologia.



A INFLUÊNCIA DAS REDES DE COOPERAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO INTELIGENTE EM BARCELONA

Giovanni Augusto Patrício

Mestrando, Furb, giovaniapatricio@gmail.com

Paulo Sergio Reinert

Mestrando, preinert@furb.br, Fubr,

Rubia Consuelo de Souza

Doutoranda, Univali, rubiasouzaarte@gmail.com

RESUMO

Este artigo analisa a influência de redes de cooperação no desenvolvimento do Destino Turístico Inteligente (DTI) de Barcelona. Enfatiza como as parcerias aprimoram a integração das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na oferta turística. Utilizando uma metodologia qualitativa, o estudo se baseou em revisão bibliográfica, coleta e análise de dados, focando em governança, acessibilidade, tecnologia, sustentabilidade e inovação. Identifica a inovação contínua como essencial para atender às expectativas dos turistas. O caso de Barcelona exemplifica a sinergia entre setores variados, impulsionando a cidade na liderança como DTI. As parcerias entre o governo, o setor privado e a academia são fundamentais, melhorando a experiência turística e sustentando a posição de destaque de Barcelona. O estudo serve de referência para cidades que buscam inovação e colaboração no turismo inteligente.

Palavras-chave: redes de cooperação; destino turístico inteligente; tecnologia da informação e comunicação; Barcelona.



ECONOMIA COMPARTILHADA: IMPACTOS NA REPUTAÇÃO ONLINE DAS ACOMODAÇÕES DO AIRBNB

Fabricia Durieux Zucco

Doutora, Furb

Giovanni Augusto Patrício

Mestrando, Furb, giovanniapatricio@gmail.com

Paulo Sergio Reinert

Mestrando, preinert@furb.br, Fubr,

Rubia Consuelo de Souza

Doutoranda, Univali, rubiasouzaarte@gmail.com

Ana Clara Lima de Souza Alves

Acadêmica de Graduação, Furb, contatoanacclaralima@gmail.com

Leandro Werner

Doutor, Furb,

RESUMO

O artigo discute a importância da reputação online nas empresas de economia compartilhada, com foco no Airbnb no contexto do turismo. A pesquisa qualitativa analisou postagens usando o software IRaMuTeQ e identificou três clusters: Aspectos físicos e relação com o anfitrião, Relação entre anúncios e realidade, e Recomendação do local. O primeiro destaca a eficiência, custo-benefício e interação com o anfitrião. O segundo enfatiza a precisão das informações nos anúncios e a proximidade das acomodações a pontos de interesse. O terceiro destaca a recomendação de locais altamente positivos, com avaliações positivas sendo cruciais. As conclusões apontam para a importância da reputação online, qualidade do serviço, informações precisas nos anúncios e interação entre anfitriões e hóspedes nas decisões dos usuários e experiências de reserva no Airbnb, enriquecendo a compreensão da economia compartilhada e suas implicações no turismo.

Palavras-chave: Reputação online; Airbnb;



**GRUPO TEMÁTICO – DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ÉTNICAS
NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**



TURISMO GASTRONÔMICO: A atividade turística gastronômica em Manaus

Kaio dos Santos de Oliveira

Licenciando em Geografia, Universidade do Estado do Amazonas,
kdsdo.geo19@uea.edu.br

Danielle Mariam Araújo dos Santos

Professora Dra. do curso de Geografia, Universidade do Estado do Amazonas,
dmsantos@uea.edu.br

William Carboni Viana

Doutor em Geografia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Acre -
IFAC, willian.geografiahumana@gmail.com

RESUMO

A pesquisa realizada ao longo da disciplina de Geografia do turismo, abordou o turismo gastronômico na cidade de Manaus, com foco nas expressões da culinária amazônica. O estudo destacou os sabores típicos da região, como elementos importantes na construção de uma identidade regional. O Objetivo do estudo foi descrever a importância do pescado amazônico para a culinária tanto dos ribeirinhos quanto para o turismo local. Como metodologia de pesquisa, utilizou-se o levantamento teórico, estudo de campo, observação participante e aplicação de entrevista aos turistas na praça São Sebastião (Em frente ao teatro Amazonas) e no Mercado Municipal. Como principais resultados verificou-se no levantamento teórico que a gastronomia é um importante elemento de atração turística, destacando que a culinária local é um pilar para compreender a identidade cultural de uma região. Na dimensão do Amazonas, o turismo gastronômico é apresentado como um segmento em crescimento, atraindo viajantes interessados em experimentar novos sabores e compreender a cultura local. Com base nas entrevistas, verificou-se que as plataformas digitais são importantes na escolha de destinos gastronômicos e considera que a experiência gastronômica não se resume apenas à comida, mas também à cultura e identidade de um local. Nas visitas de campo, verificou-se que os restaurantes que se especializaram no atendimento ao turista, valorizam a culinária local, assim como os restaurantes do mercado, que atendem além deste público visitante, a população da região que frequenta a área central da cidade.

Palavras chave: Gastronomia; Turismo; Peixes; Amazonas.



CIDADE DA GASTRONOMIA CRIATIVA: A COMERCIALIZAÇÃO DA FARINHA DE BRAGANÇA, NA CIDADE DE BELÉM

Lenilce de Nazaré Silva dos Santos

Discente do Curso de Turismo, UFPA e lenilce982@gmail.com

Amadeus Thiago Correa do Amaral

Discente do Curso de Turismo, UFPA e amadeus.amaral@icsa.ufpa.br

Kamila Miranda de Carvalho

Discente do Curso de Turismo, UFPA e kamila.carvalho@icsa.ufpa.br

Milene de Cássia Santos de Castro

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e castro.milene2010@gmail.com

Jonathan Rodrigues Nunes

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e jonathanrodrigues0508@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho discorre acerca da gastronomia regional e a valorização da cultura paraense, em particular da cidade de Belém, usando a farinha de mandioca de Bragança, que possui o título de patrimônio material cultural do Estado do Pará, assim sancionada através da Lei nº 9.541/2022. Com o objetivo de identificar a importância desse item para economia paraense, por meio da sua comercialização e sua diversidade no setor gastronômico. A pesquisa foi realizada na abordagem qualitativa, com entrevistas através de formulários, no Mercado Ver-o-Peso (Feira do Ver-o-Peso), visando compreender a relação dos vendedores e dos produtores rurais, como ocorre a produção das farinhas comercializadas na feira, até chegar ao consumidor final. Utilizou-se autores para fortalecer a interpretação dos resultados que indicam a relevância da farinha de Bragança na gastronomia criativa e sua sustentabilidade através da valorização cultural.

Palavras-chave: Economia criativa, gastronomia criativa, Farinha de Bragança, Belém/PA



UM RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE A GASTRONOMIA MARANHENSE: UM ESTUDO DE CASO NO MUSEU DA GASTRONOMIA.

Lays Batalha Ripardo Braga

Discente da Faculdade de Turismo, UFPA, Belém e lays.ripardo@icsa.ufpa.br

Ariadley Linx Silveira de Souza

Discente da Faculdade de Turismo, UFPA e ariadley.souza@icsa.ufpa.br

Rodrigo Galvão Monteiro

Discente da Faculdade de Turismo, UFPA e rodrigo.monteiro@icsa.ufpa.br

Milene de Cássia Santos de Castro

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI e castro.milene2010@gmail.com

Lenilce de Nazaré Silva dos Santos

Discente do Curso de Turismo, UFPA e lenilce982@gmail.com

RESUMO

O trabalho destaca a importância da gastronomia como um elemento fundamental na identidade cultural e no Turismo. Ele discute como a comida desempenha um papel significativo na preservação das heranças culturais e na atração de visitantes para uma região. O estudo se concentra em São Luís, capital do Estado do Maranhão, que tem utilizado a gastronomia como uma ferramenta para o desenvolvimento do Turismo local. O artigo investiga a influência das culturas indígenas, africanas e europeias na culinária maranhense, destacando pratos tradicionais como: o arroz de cuxá e o caranguejo toc-toc. O Museu da Gastronomia é mencionado como uma atração que valoriza e promove a riqueza gastronômica e cultural da região.

Palavras-chave: Gastronomia. Cultura. Identidade. São Luís do Maranhão.



FESTIVAL GASTRONÔMICO E SEUS BENEFÍCIOS: Estudo de caso da FENAOSTRA de Florianópolis- SC

Balbinette Silveira

Mestrado, UNIVALI, babimodababi@gmail.com

Caroline Reinaldi Groth

Especialização, UNIVALI, caroline.hotelrenar@gmail.com

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutorado, UNIVALI, anasohn@univali.br

Rodolfo Wendhausen Krause

Doutorado, UNIVALI, rodolfo@univali.br

RESUMO

Florianópolis, capital de Santa Catarina, recebeu em 2014 o título de Cidade Criativa para Gastronomia, pela UNESCO e em 2022 obteve do Ministério do Turismo a certificação de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) em Transformação. Títulos concedidos a cidades que se destacam pelas atividades relacionadas ao turismo inteligente, preservação da cultura (incluindo gastronomia) e sustentabilidade. Os festivais gastronômicos são uma das estratégias utilizadas nas cidades inteligentes para divulgação da gastronomia local e fortalecimento do turismo. Destacamos aqui, a Feira Nacional da Ostra- FENAOSTRA, realizada anualmente em Florianópolis. Neste trabalho desenvolvemos um estudo de caso descritivo, com o objetivo de compreender o impacto de um festival gastronômico, como a FENAOSTRA, em um destino turístico inteligente. Percebemos que entre os benefícios encontrados estão o incremento da renda de produtores locais, aumento da valorização pela comunidade da cultura e tradições, melhora da demanda turística, gerando empregos e fortalecendo a economia nas cidades organizadoras.

Palavras-chave: Festival gastronômico. FENAOSTRA. Florianópolis. Destino turístico inteligente.



VAMOS FALAR SOBRE LAZER GASTRONÔMICO NA AMAZÔNIA BRASILEIRA?

Francisco Irapuan Ribeiro

Graduado em Gestão de Turismo, atualmente, pós-doutorando em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, irapuan.saude@hotmail.com

RESUMO

Com objetivo de caracterizar a gastronomia como um elemento cultural nas práticas de lazer em Coari e Eirunepé, localizados nas margens dos rios Solimões e Juruá, respectivamente, na região amazônica do Brasil. Dessa forma, empregou-se uma metodologia de abordagem quantitativa descritiva, que incluiu pesquisa bibliográfica e coleta de dados de campo. A coleta de dados foi realizada por meio de um formulário online no Google Forms, respondido por 262 participantes representando as gerações Y (N = 66) e Z (N = 196) que residem nos dois municípios. No instrumento de pesquisa, foi utilizada uma escala Likert que permitiu aos participantes avaliarem o envolvimento nas práticas de lazer gastronômico em uma escala que variava de "muito baixo" a "muito alto". Os resultados revelaram diferenças significativas entre as duas gerações, com as mulheres predominando na geração Y em termos de interesse, enquanto na geração Z, foram os homens que se destacaram.

Palavras-chave: Lazer gastronômico. Grupos Geracionais. Animação turística.



(HER) MANOS Y DEMOCRACIA: ANÁLISANDO A EXPERIÊNCIA DO MUSEU MARCAS PARA RECORDAR EM CÓRDOBA (ARG), A PARTIR DA INTERPRETAÇÃO DO

João Pedro Barbosa Alvarinho

Mestrando no Programa de Pós Graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande (PPGH-FURG), Turismólogo pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG).E-mail: jpbalvarinho15@gmail.com

RESUMO

O Museu Marcas para Recordar é um local de significativa importância na interpretação do patrimônio, destacando a conexão entre história e turismo, pois dedica-se a ressignificar o local e promover reflexões sobre a ditadura argentina na história de Córdoba e do país. O estudo tem como objetivo relatar e analisar a experiência no museu, examinando o contexto histórico e cultural, com estratégias de interpretação, impacto na compreensão do patrimônio e aspectos educativos e sociais. Os resultados indicam que a interpretação do patrimônio desempenha um papel essencial na experiência dos visitantes, afinal o museu utiliza uma abordagem interdisciplinar e estratégias de interpretação para proporcionar uma compreensão ampla da história e das questões culturais e sociais relacionadas à ditadura, ligando o turismo à memória e à justiça.

Palavras-chave: Museu; Interpretação do Patrimônio; Ditadura Argentina.



TURISMO, CULTURA E GOVERNANÇA – UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA NA WEB OF SCIENCE

Gutemberg Cardoso Da Silva

Mestrando em Turismo, Universidade Federal do Paraná, E-mail:

gutembercardoso@ufpr.br

Daniel Aguirre Campos

Mestrando em Turismo, Universidade Federal do Paraná, E-mail:

daniel.aguirre@ufpr.br

RESUMO

O turismo cultural tem sido um forte fator de desenvolvimento, a partir disso o objetivo dessa pesquisa é analisar qual a conjuntura da produção científica sobre o tema “Relação entre cultura, turismo e a governança”. A metodologia dessa pesquisa tratou da realização de uma pesquisa bibliométrica pelo portal periódico da CAPES no banco de base internacional *Web of science*, no período aberto a 2022. As ferramentas utilizadas na pesquisa foram recursos do programa excel e do programa *Voxviewer*. Os artigos selecionados foram agrupados em um portfólio bibliográfico, e a seleção dos mesmos se deu por meio de indicadores bibliométricos que medem a qualidade dos periódicos e de aceitação na comunidade científica. A pesquisa se torna relevante por diminuir as subjetividades nas análises, ampliando o estado da arte do tema a partir de processos metodologicamente estruturados, portanto com um material confiável em seus resultados e considerações.

Palavras-chave: Bibliometria; turismo; cultura; Governança.

GRUPO GRÃO DE COR, ARTESANATO DE AREIA COLORIDA PRODUZIDA EM FORTALEZA/CE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS MESTRAS SEM TITULAÇÃO OFICIAL

**Ana Karine da Silveira Pinheiro
Rodolfo Wendhausen Krause**

RESUMO:

O presente artigo versa a respeito do grupo Grão de Cor o qual produz artesanato de areia colorida em Fortaleza/Ce. O objetivo desse estudo foi compreender como o referido artesanato se fixou em Fortaleza. Justificar a formação desse grupo, expor a percepção das artesãs em ser mestras sem titulação, explicar como o grupo salvaguarda seu conhecimento e esclarecer a importância do referido artesanato para o turismo cearense. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico, documental e de campo, utilizando-se o estudo de caso, com entrevista semiestruturada. Os resultados apontaram que o referido artesanato foi introduzido por mulheres icapuienses (CE). O grupo surgiu para combater um atravessador, e atualmente conta com 10 artesãs entre 50 e 67 anos, o que compromete a salvaguarda. As artesãs se consideram mestras sem titulação, pois produzem uma arte única, que ao mesmo tempo é imaterial e item de souvenir do turismo cearense.

Palavras-chave: Artesanato de areia colorida. Aracati. Fortaleza. Grupo Grão de Cor. Turismo.



É O BOTO SIM SENHOR, NA AMAZÔNIA E O TURISTA APRENDIZ

Joelma Monteiro de Carvalho

Professora Dra. da Universidade do Estado do Amazonas, Escola Superior de Tecnologia, e-mail: jcarvalho@uea.edu.br

Danielle Mariam Araújo dos Santos

Professora Dra. Da Universidade do Estado do Amazonas, Escola Normal Superior, e-mail: dmsantos@uea.edu.br

Luciano Torres Tricárico

Professor Dr. Coordenador do Programa de Pós-Graduação da UNIVALI, Balneário de Camboriú, e-mail: tricarico@univali.br

Simone Marcela de Carvalho

Professora Ma. da Universidade do Estado do Amazonas, e-mail: sdcarvalho@uea.edu.br

RESUMO:

Este texto apresenta o boto cor – de - rosa, como elemento mítico para o turista aprendiz. O boto é um animal mamífero de água doce *habitat* na Amazônia. Há dois tipos de boto: a cor – de - rosa e o tucuxi. Em Manaus, as agências de turismo oferecem pacotes com atrativo turístico, vivências em nadar com o boto. O animal é considerado símbolo mítico da Amazônia, por carregar o estereótipo de galante e um ser que seduz mulheres (CASCUDO, 1972); CHAVES, 1991). O método do estudo é de natureza qualitativa, de abordagem etnográfica, com aplicação de entrevistas, junto aos turistas que vivenciam experiências com o animal, por meio de das agência de turismo em Manaus. Como resultado, das narrativas coletadas durante a viagem turística, foi percebido que o mamífero é um símbolo nativo da Amazônia e que tem despertado curiosidade entre os visitantes, por ser dócil, exuberante e temido pelos ribeirinhos. Além de ser um símbolo presente no imaginário dos que residem, em contexto amazônico.

Palavras-chave: turismo cultural. Boto amazônico. Ambiental.



O LAZER DE QUEM VISITA PARQUE NO AMAZONAS

Francisco Irapuan Ribeiro

Graduado em Gestão de Turismo, atualmente, pós-doutorando em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, irapuan.saude@hotmail.com

Luiz Carlos da Silva Flores

Graduação em Administração, Pós-doutor pela Universidade do Algarve (Portugal), Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, luiz.flores@univali.br

RESUMO

Com o objetivo de revelar estratégias de gestão de lazer em parques a partir das práticas de lazer no cotidiano dos visitantes. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de natureza quantitativa, aplicada junto a 400 visitantes dos parques Galo da Serra, Orquídeas e Urubuí. As respostas foram descritas a partir da frequência. Após a descrição sociodemográfica dos visitantes e das práticas de lazer, realizou-se uma comparação de várias médias a partir de práticas de lazer por parques visitados. Essas revelaram que entre os visitantes, prevalece os de até 49 anos com alto nível de prática de alta a muito alta em lazer virtual, seguido do físico-esportivo, em níveis de médio a alto. O destaque na homogeneidade nos níveis de práticas nas combinações (D, A e G) que enquadram maior número de visitantes. Em geral, associa-se ao lazer físico-esportivo e virtual, o social que permanecem acima do nível médio. Enquanto, o turístico, ócio-contemplação, cultural, manual, intelectual se mantém a baixo da média.

Palavras-chave: Gestão da visitação. Práticas de lazer. Espaços de lazer. Lazer em parques.



MULHERES NA LIDERANÇA: OS DESAFIOS DAS GERENTES EM MEIOS DE HOSPEDAGEM NOS MUNICÍPIOS DE ARARANGUÁ E ARROIO DO SILVA

Ester Lavínia Marques

Discente do Curso Técnico em Hospedagem, IFC Sombrio, esterlavinia2005@gmail.com

Rayssa Piontech Constante

Discente do Curso Técnico em Hospedagem, IFC Sombrio, rconstante460@gmail.com

Kênia Zanella

Mestra em Turismo e Hotelaria, IFC Sombrio, kenia.zanella@ifc.edu.br

RESUMO

Quando se fala em mulheres no mercado de trabalho, vem à tona diversas discussões, muitas vezes, com um pré-conceito sobre as mulheres não serem suficientes para a função de liderança. Na hotelaria, frequentemente são encontrados homens no cargo de gerência e as mulheres nos cargos de recepção e/ou na governança. Entretanto, pouco a pouco as mulheres estão conquistando seu merecido espaço no mercado de trabalho. Assim, esta pesquisa tem como principal objetivo analisar os desafios da liderança feminina nos cargos de gerência em meios de hospedagem nas cidades catarinenses de Araranguá e de Balneário Arroio do Silva. Este estudo de caso qualitativo exploratório encontrou sete hotéis e pousadas gerenciados por mulheres (do total de 42), sendo que cinco gerentes se disponibilizaram a participar. Como principais resultados, conclui-se que estas mulheres encontram desafios relacionados à profissão e não tanto ao fato de serem mulheres, mas que a carga de trabalho torna-se pesada ao conciliar com os afazeres domésticos e maternos e que as situações de preconceito e desrespeito partem mais dos hóspedes do que da equipe.

Palavras-chave: Mulheres. Liderança. Meios de Hospedagem. Sexismo.



A LEGITIMIDADE DOS FESTIVAIS VISTA ATRAVÉS DA TEORIA DE SUCHMAN (1995): UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

Thamires Foletto Fiuza

Doutora em Turismo e Hotelaria, Universidade Estadual do Paraná,
thamiresf.fiuza@gmail.com.

Edar da Silva Añaña

Doutor em Administração, Universidade do Vale do Itajaí, edaranana@gmail.com.

Fabricia Durieux Zucco

Doutora em Administração, Universidade do Vale do Itajaí,
fabriciazucco@hotmail.com.

RESUMO

A legitimidade vem sendo amplamente discutida no contexto organizacional. Por outro lado, poucos trabalhos sobre festivais têm explorado a legitimidade como um fator de sustentabilidade. A presente pesquisa explora a possibilidade de aplicação dos constructos propostos por Suchman (1995), no contexto de festivais, para propor futuras agendas de pesquisa relacionadas ao teste empírico destes conceitos. Para isso, realizou-se uma pesquisa teórico-conceitual, baseada no trabalho seminal de Suchman (1995) e outros artigos teóricos e empíricos sobre festivais, buscando identificar as interconexões entre os temas. Os resultados evidenciam que os festivais podem ser analisados através das dimensões moral, cognitiva e pragmática propostas por aquele autor, sendo que a dimensão cognitiva representa a identidade e a cultura do festival, os aspectos morais correspondem ao conjunto legislações e normas estabelecidas entre as partes envolvidas, e a legitimidade pragmática corresponde aos aspectos sociais e rotineiros presentes no contexto local.

Palavras-chave: Festivais. Legitimidade. Autenticidade. Legitimidade organizacional.



**GRUPO TEMÁTICO – EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL
NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**



REFLEXÕES SOBRE TURISMO E EDUCAÇÃO BÁSICA NO LITORAL NORTE DO RIO GRANDE DO SUL

Bruno Fernandes Mendes

Pós-graduando em Educação Básica e Profissional pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Osório
2022201760@aluno.osorio.ifrs.edu.br

Ana Lúcia Olegário Saraiva

Doutora em Turismo e Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Osório.
ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br

RESUMO

A proposta do estudo visa a reflexão sobre o fenômeno do Turismo, sua relação com a educação e sua inserção na Educação Básica na rede municipal de ensino do Litoral Norte do Rio Grande do Sul. A investigação é uma pesquisa de ordem qualitativa, de caráter exploratório. O percurso metodológico contempla a revisão bibliográfica de estudos sobre Educação e Turismo e o levantamento de dados junto às Secretarias Municipais de Educação. A Análise Textual Discursiva é utilizada para tratamento dos dados. Como primeiros resultados, percebeu-se que a produção científica no tema é limitada ao ensino superior e profissionalizante. Além disso, o levantamento identificou que um dos 21 municípios contempla o ensino do Turismo como componente curricular. As informações obtidas sinalizam que há muito que se avançar na inserção do assunto nos currículos da Educação Básica, bem como nas investigações.

Palavras-chave: Turismo. Educação Básica. Educação Turística. Litoral Norte/RS.



PERTENCIMENTO, PATRIMÔNIO E CIDADANIA: PRÁTICA DE TURISMO PEDAGÓGICO EM OSÓRIO/RS

Ana Lúcia Olegário Saraiva

Doutora em Turismo e Hotelaria (UNIVALI), docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Osório.
ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br

Bianca Pugen

Doutora em Desenvolvimento Regional (UNISC), docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Osório.
bianca.pugen@osorio.ifrs.edu.br

Amanda Carolina de Lemos

Acadêmica do curso técnico integrado ao ensino médio em Administração e bolsista de projeto de extensão, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Osório
mandiclemos@gmail.com

RESUMO

Este trabalho propõe realizar reflexões acerca da potencialidade do Turismo pedagógico como um meio para fortalecer o senso de pertencimento, promover a cidadania e preservar os patrimônios naturais, históricos e culturais. Utilizando como base o projeto de extensão realizado no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Osório, investiga-se uma possibilidade de intervenção educativa relacionada ao Turismo em escolas municipais, por meio do planejamento, organização e realização de roteiros turísticos. Como considerações, destaca-se que o Turismo pedagógico representa uma alternativa de grande valor tanto para as escolas, ao apoiar a criação de ações que promovam a cidadania, quanto para o município, uma vez que, ao enxergar sua localidade com o olhar de um visitante, o sujeito pode aprofundar seu conhecimento sobre o local, valorizá-lo e aprender a preservá-lo. O presente trabalho foi realizado com apoio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS).

Palavras-chave: Turismo. Turismo pedagógico. Educação. Pertencimento.



AUTORES-REFERÊNCIA E A ABORDAGEM SISTÊMICA NO TURISMO: ESTUDO DA BASE EPISTEMOLÓGICA A PARTIR DA ANÁLISE DAS TESES INDEXADAS NO PROGRAMA DE PÓS- GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOTELARIA DA UNIVALI

Juliana Niehues Gonçalves de Lima

Doutoranda em Turismo e Hotelaria- Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI;
Universidade Federal do Rio Grande-FURG, julianalimafurg@gmail.com

Brenda Cortes de Lima

Doutoranda em Turismo e Hotelaria- - Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI;
Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI; brendacortes@edu.univali.br

Guilherme Oliveira de Mattos da Silva Flores

Doutorando em Turismo e Hotelaria- Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI;
Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI; floresguilherme@edu.univali.br

Francisco Antonio dos Anjos

Doutorado em Engenharia de Produção-Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC;
Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI; anjos@univali.br

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutorado em Engenharia de Produção-Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC,
Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI; anasohn@univali.br

RESUMO

O Turismo é entendido como um sistema que envolve uma gama de elementos, como infraestrutura, economia, cultura e meio ambiente. A epistemologia sistêmica tem sido utilizada por pesquisadores ao redor do mundo para compreender as dinâmicas existentes nesses sistemas. Assim, tem-se como objetivo apresentar os autores-referência clássicos e os autores utilizados nos estudos de turismo que possuem base epistemológica sistêmica, através da análise das teses do Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria da UNIVALI. Como resultados tem-se que, de um total de 49 teses, 30 possuem alguma relação com a abordagem sistêmica. Os autores clássicos sistêmicos citados em mais teses foram Bertalanffy (10) e Capra (8), enquanto os autores-referência da área do turismo que mais apareceram entre os trabalhos analisados foram Beni (19) e Anjos (16). Descobriu-se, ainda, que a maioria dos professores efetivos do PPGTH orientam sob a égide sistêmica.

Palavras-chave: Epistemologia sistêmica. Turismo. Autores-referência



**GRUPO TEMÁTICO – GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E
HOTELARIA**



AMENITIES: QUADRO-REFERÊNCIA PARA HOTELARIA DE LUXO

Julia Catão Grisolia Damaso

Tecnóloga em Hotelaria - Universidade Federal Fluminense-UFF
juliacatao@id.uff.br

Diana Costa de Castro

Doutora em Administração- Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas -
EBAPE, FGV; Universidade Federal Fluminense-UFF
castrodiana@id.uff.br

Juliana Niehues Gonçalves de Lima

Doutoranda em Turismo e Hotelaria- Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI;
Universidade Federal do Rio Grande-FURG, Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI
julianalimafurg@gmail.com

RESUMO

Os *amenities* fazem parte do serviço oferecido na hotelaria, principalmente na de luxo. A escolha adequada, com base no público-alvo, pode agregar valor à hospedagem. Objetivamos gerar um quadro-referência com possibilidades de *amenities* para a hotelaria de luxo com base na literatura existente e em outras fontes secundárias, como sites, aplicativos e vídeos de hotéis de luxo. Os resultados mostram uma ampla gama de possibilidades de artigos, classificados nas seis categorias: higiene pessoal, cuidado pessoal, papelaria, decorativos, alimentícios, de propriedade do hotel. Embora a literatura aponte para a possibilidade da oferta de serviços como *amenities*, não encontramos evidências para suportar essa alternativa. Identificamos a queda da oferta de itens de papelaria e cinzeiros ao passo que percebemos o surgimento da oferta de itens para animais de estimação e a adoção de inovações tecnológicas, como a disponibilização de toalhas refrescantes.

Palavras-chave: *amenities*. hotelaria de luxo. quadro-referência.

O BALONISMO LEVA A OCUPAÇÃO HOTELEIRA ÀS ALTURAS? ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE PRAIA GRANDE (SC)

Júlia Ferreira Martins

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: juliamartinsferr3ira@gmail.com

Tayná Lopes Damineli

Discente do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: daminelitayna@gmail.com

Kênia Zanella

Professora Orientadora. Mestre em Turismo e Hotelaria. Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: kenia.zanella@ifc.edu.br

RESUMO

Com o tempo, os turistas começaram a buscar por experiências que despertem sentidos e emoções diferentes de seu cotidiano. Muitos encontram essas vivências em meio à natureza. Assim, o turismo na natureza vem se destacando, ampliando o número de turistas e, conseqüentemente, da ocupação hoteleira. O balonismo, atividade de aventura que, no caso de Praia Grande SC, é realizada na natureza, próximo aos cânions, nos últimos anos vem ocorrendo em larga escala na cidade. Diante desse contexto, este estudo de caso tem como objetivo geral analisar o balonismo como indutor do fluxo turístico nos meios de hospedagem de Praia Grande SC. Como principal resultado, destaca-se a potência da atividade no município, tornando-se, atualmente, seu principal atrativo, levando visibilidade para o destino, deixando em segundo plano os cânions e atrativos naturais. Todavia, constata-se que, a longo prazo, poderá influenciar negativamente na ocupação hoteleira.

Palavras-chave: Balonismo. Meio de Hospedagem. Turismo na natureza.



ORIENTAÇÃO PARA O MERCADO E A MATURIDADE DO MARKETING DIGITAL EM MEIOS DE HOSPEDAGEM

Niltielli Marjorie Vogt

Graduada Administração pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

niltiellivogt@hotmail.com

Isabella Eckhard Lehnen

Graduada Design de moda e mestranda Administração pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) eckhard.contato@gmail.com

Elton Belz

Doutorando em Administração pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

aneltonbelz77@gmail.com

Carlos Marcelo Ardigó

Dr. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria - PPGTH, do Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional em Administração – PMPGIL, e do Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI. marcelo.ardigo@univali.br

RESUMO

Este estudo analisou a relação entre orientação para o mercado (OPM) e a maturidade do marketing digital (MMD), nos meios de hospedagem de Balneário Camboriú-SC. A pesquisa quantitativa e de tipologia descritiva contou com 43 respostas de participantes da área estudada. Para avaliar a OPM utilizou-se a escala Markor de Kohli, Jaworski e Kumar (1993), e para a MMD o modelo Benchmark de maturidade do marketing digital de Chaffey, Smart Insights e Brighttalk (2021). Percebeu-se que há um nível moderado a alto de OPM especialmente na geração de inteligência e disseminação de informações. Na MMD, classificou-se a maioria como satisfatória a média com uma concentração maior em 'Quantificado' e 'Definido'. Por fim, identificou-se uma associação positiva e moderada entre a OPM e a MMD, em que, quanto maior a OPM, maior é a MMD, sem que isso indique causalidade.

Palavras-chave: Orientação para o mercado; Maturidade do marketing digital; Meios de hospedagem.



A INFLUÊNCIA DO DESIGN DE INTERIORES NA EXPERIÊNCIA DOS HÓSPEDES: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Fernanda Silva Pimenta

Aluna do Curso de Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado Sombrio, fspfernandasilwa@gmail.com

Giovana Gonçalves da Rosa

Aluna do Curso de Hospedagem Integrado ao Ensino Médio, Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado Sombrio, ggonçalvesrosa872@gmail.com

RESUMO

O presente artigo apresenta a síntese das reflexões do Trabalho de Conclusão do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense - Campus Avançado Sombrio, que teve como objetivo verificar produções acadêmicas brasileiras referentes às experiências do hóspede em relação ao design de interiores em meios de hospedagem. Para tanto, foram analisados quatro artigos publicados em revistas científicas, utilizando como fonte as bases de dados: Banco de Teses e Dissertações - CAPES, Caderno Virtual do Turismo, Revista Hospitalidade, Livro "Turismo e Hotelaria no contexto da Arquitetura e Urbanismo - Universidade Federal do Ceará, considerando as palavras-chave: Experiência, Design de Interiores, Hotelaria, Design de interiores em meios de hospedagem. Após a análise dos resultados, quanto aos critérios de escolha, consideraram as publicações que atenderam a temática do estudo, publicadas na íntegra, com textos completos disponíveis, sendo artigos científicos no idioma: português, publicados entre 2012 a 2023. Os textos analisados discutem e apresentam reflexões sobre como o design de interiores afeta diretamente a expectativa e experiência do hóspede em um meio de hospedagem.

Palavras-chave: Experiência, Design de Interiores, Hotelaria, Design de interiores em meios de hospedagem.



REVISÃO DO IMPACTO DO SELO DE CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA DA UNESCO PARA FLORIANÓPOLIS

Bruno Santucci de Oliveira

Doutorando em Turismo e Hotelaria, Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, bruno-santucci@live.com

Juliana Niehues Gonçalves de Lima

Doutorando em Turismo e Hotelaria, Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, julianalimafurg@gmail.com

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutora em Engenharia de Produção, Universidade do Vale do Itajaí ,
anasohn@univali.br

Rodolfo Wendhausen Krause

Doutor em Administração e Turismo, Universidade do Vale do Itajaí,
rodolfo@univali.br

RESUMO

O presente estudo analisa a literatura sobre Florianópolis como cidade criativa da gastronomia e os sites oficiais da cidade. Ao mesmo tempo em que a cidade se propõe a realizar as iniciativas divulgadas na agenda a cada cinco anos, é notório que as medidas em seus sites oficiais são ineficientes e pouco divulgadas. Mesmo com a primeira edição do Encontro Brasileiro das Cidades Criativas Unesco da Gastronomia realizada em Florianópolis, somente um artigo foi postado no site. Para a cidade que quer se promover como um destino turístico criativo, deveria haver maior investimento nesse processo para que o público local e residente se impodere da chancela e o impacto do selo de cidade criativa da gastronomia da UNESCO seja realmente efetivo.

Palavras-chave: Cidades criativas. Florianópolis. Gastronomia. UNESCO.



ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE A FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS FUNCIONÁRIOS E A PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DOS HÓSPEDES: UM ESTUDO DE CASO NO HOTEL ZATA DE CRICIÚMA (SC)

Ana Luiza Cardoso Colares Lucio

Estudante do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: acardosocolareslucio@gmail.com

Larissa Cunha Valerim

Estudante do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: larissa.c.valerim@gmail.com

Carolina Braghirolli Stoll

Professora Orientadora. Doutora em Turismo e Hotelaria. Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Avançado Sombrio, Sombrio/SC; e-mail: carolina.stoll@ifc.edu.br

RESUMO

Em um cenário cada vez mais competitivo, torna-se fundamental o aprimoramento progressivo do atendimento, o que conseqüentemente apresenta, cada vez mais, a necessidade de se ter funcionários qualificados para o trabalho hoteleiro. A formação acadêmica dos funcionários está diretamente ligada com a forma que é prestado o seu atendimento, e, dependendo de como o hóspede percebe a qualidade dos serviços prestados, poderá avaliar positivamente ou negativamente o MH. Diante desse contexto, este estudo de caso tem como objetivo geral analisar se a formação acadêmica dos funcionários pode influenciar na percepção de qualidade dos serviços oferecidos, por parte dos hóspedes do hotel Zata do município de Criciúma (SC). Como principal resultado, destaca-se que a formação dos funcionários do hotel Zata não interfere na qualidade dos serviços, mas sim, em como eles são ofertados.

Palavras-chave: Funcionários. Qualidade. Serviços.



INTER-RELAÇÕES ENTRE FLORIANÓPOLIS E PORTO ALEGRE QUANTO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE NA ÁREA DA GASTRONOMIA

Audrey Soares Rembowski

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo-
UNIVALI,audreysoaresrembowski@gmail.com

Angelice Raquel Motter Manzino

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo-
FURG,angelice.motter@gmail.com

RESUMO

O presente estudo tem o objetivo de analisar as inter-relações entre Florianópolis e Porto Alegre quanto ao Destino Turístico Inteligente-DTI na área da gastronomia. Buscou-se identificar as ações que tornaram Florianópolis um DTI em transformação e o motivo de Porto Alegre não ter sido selecionada no edital do Ministério do Turismo em maio de 2023. Para alcançar os resultados, foram consultados os planos de manejo das cidades, mapa do turismo brasileiro, páginas institucionais e outras ferramentas que permitiram organizar os dados na Tabela 1 e comparar os municípios. A gastronomia amplia a experiência do turista, além de ser necessária para qualquer ser humano, incentivando investimentos na economia local. Esta pesquisa descritiva e explicativa visa auxiliar o levantamento das informações e reconhecimento da descrição dos dados, com abordagem qualitativa e análise documental subsidiam as ações e contribuições das cidades pesquisadas quanto DTI, que destacam o envolvimento dos atores políticos e envolvidos no setor do turismo.

Palavras-chave: DTI- Destinos Turísticos Inteligentes. Porto Alegre. Florianópolis. Gastronomia.



EXPERIÊNCIAS HEDÔNICAS EM RESTAURANTES E A GERAÇÃO DO BOCA A BOCA ON LINE POSITIVO

Bruna Caroline Pita

Graduanda em Administração, UNIVALI, bruna_pita@hotmail.com

Euzilene dos Santos Torres

Mestranda em Administração, UNIVALI, euzilenetorres@hotmail.com

Cassiano Rodycz Vitiuk

Mestrando em Administração, UNIVALI, cassiano.vitiuk@gmail.com

Carlos Marcelo Ardigo

Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria - PPGTH, do Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional em Administração – PMPGIL, e do Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, marcelo.ardigo@univali.br

RESUMO

O artigo teve como objetivo analisar a relação entre a experiência do consumidor em restaurantes em momentos hedônicos e o comportamento de geração de boca a boca eletrônico positivo. Avaliou-se a experiência do consumidor em visitas hedônicas à restaurantes; identificou-se o nível dos motivos que levam ao comportamento positivo; para posteriormente avaliar a correlação entre os dois. A abordagem é quantitativa, um estudo descritivo, com procedimento survey. A coleta ocorreu de forma online com amostra não probabilística que compreendeu 242 respondentes, identificados nos meios digitais, por terem postado comentários positivos referente as suas idas à restaurantes em momentos hedônicos. A escala utilizada foi de Jeong e Jang (2011), propostas para avaliar a experiência do consumidor e essa transmissão de informação de forma positiva para restaurantes. Os dados foram analisados por meio da estatística descritiva e análise de correlação de Pearson. Os resultados demonstraram que a intenção de expressar sentimentos positivos e a preocupação com os outros estão mais fortemente relacionados com a geração do boca a boca positivo, mesmo que a intenção de ajudar o restaurante também tenha alta relação. Além disso, observou-se que os atributos que envolvem esse tipo de comunicação de forma positiva nos restaurantes estão correlacionados de forma moderada com o conjunto da experiência gastronômica e, individualmente, de forma leve em ordem decrescente com a qualidade da comida, da atmosfera, seguido pela qualidade do serviço.

Palavras-chave: Restaurante, Experiência do consumidor, boca a boca eletrônico, hedônismo.



A GASTRONOMIA COMO ATIVIDADE TURÍSTICA: PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES PARA A RETOMADA ECONÔMICA NO PERÍODO PÓS-PANDEMIA

Giselle Carvalho

Mestranda no curso de Turismo e Hotelaria, na Universidade do Vale do Itajaí, de
Balneario Camboriú. E-mail: gisellersano@msn.com

Rodolfo Krause

Professor e orientador no curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria, na Universidade
do Vale do Itajaí, de Balneario Camboriú. E-mail: rodolfo@univali.br

RESUMO

A crise sanitária provocada pela Covid-19 provocou impactos em diversos setores da economia global. A implementação de medidas de restrição de mobilidade – como *lockdowns* e restrições de viagem –, aliada à incerteza econômica, estão entre os principais fatores responsáveis pela drástica redução no número de turistas e visitantes locais que frequentavam estabelecimentos gastronômicos antes da pandemia. Nesse contexto, a presente pesquisa ressalta o seguinte questionamento: quais são as principais contribuições da gastronomia para a recuperação econômica no setor turístico no período pós-pandemia? O objetivo geral é averiguar as ações realizadas no setor de turismo gastronômico para a retomada das atividades econômicas com segurança no período pós-pandemia. Os objetivos específicos são: verificar as medidas gastronômicas mais eficientes aplicadas na recuperação econômica das atividades turísticas; examinar questões operacionais relacionadas às medidas gastronômicas adotadas, com ênfase em processos de produção, serviços e estrutura; explorar as formas de divulgação utilizadas para orientar os clientes sobre os procedimentos de segurança; analisar as contribuições da gastronomia para a restauração econômica no setor turístico. Foi adotada a metodologia de Revisão Bibliográfica Narrativa – Revisão de Literatura, fundamentada em uma pesquisa qualitativa exploratória. Os resultados desse estudo indicam que o aprimoramento sobre a percepção gastronômica, a organização estrutural mais eficaz para atrair turistas, a adoção de soluções inovadoras no turismo gastronômico e o aumento na prospecção de turistas com interesses gastronômicos estão entre os principais ensinamentos capazes de fortalecer o setor turístico por meio de estratégias gastronômicas.

Palavras-chave: Gastronomia. Inovação. Pós-Pandemia. Recuperação Econômica. Turismo.



FCGTurH

Fórum Científico de
Gastronomia, Turismo
e Hotelaria

11ª
edição



TURISMO E CAFÉ: CONSUMO DE CAFÉ EM PONTOS TURÍSTICOS DE CURITIBA

Beatriz Akemi Devegili Oskawa

Turismo, Centro Europeu, akemidevegili@gmail.com

Maria Eduarda Aparecida Zabloski

Graduanda em Turismo, Universidade Federal Do Paraná, maria.zabloski@ufpr.br

Priscila Coelho Kosiba

Graduanda em Turismo, Universidade Federal Do Paraná, priscilacoelho@ufpr.br

Marcia Shizue Massukado Nakatani

Professora Orientadora, Universidade Federal do Paraná, marcia.nakatani@ufpr.br

RESUMO

Este estudo tem como objetivo identificar a influência das cafeterias nos atrativos da cidade de Curitiba, visando possíveis contribuições e motivações que influenciam na tomada de decisão do turista. Para análise, foram coletados dados por meio de entrevistas semiestruturadas com os gestores dos cafés, e questionários aplicados aos turistas que se encontravam nas cafeterias Café do Mercado e Cafés-Escola do Jardim Botânico e Palácio Belvedere. Considerando os resultados obtidos, nota-se que a experiência turística não está diretamente relacionada ao café. Entretanto, o ambiente, conforto, atendimento e localização das cafeterias presentes, acabam dando uma nova experiência e significado no que se é encontrado nos atrativos.

Palavras-chave: Turismo, café, café especial, cafeterias, Curitiba.



MARKETING TURÍSTICO: UM PANORAMA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

Marcia Mariluz Amaral

Mestranda, Universidade do Vale do Itajaí, marcia.br.amaral@gmail.com

Luiz Carlos da Silva Flores

Doutor, Universidade do Vale do Itajaí, luiz.flores@univali.br

Alexandra Maria Vitorassi Rosa

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí,

alemaria.rosa@yahoo.com

Thayele Oliveira

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí,

tayholiveira@outlook.com

Luiz Carlos da Silva Flores

Professor Doutor Programa de Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí,

luiz.flores@univali.br

RESUMO

O marketing desempenha um papel estratégico ao promover destinos turísticos, serviços e produtos, enquanto o turismo é impulsionado pelas estratégias de marketing que visam atrair e satisfazer os desejos dos turistas. O objetivo deste estudo é analisar o panorama das produções científicas sobre marketing turístico, para compreender o estado atual do conhecimento e identificar as lacunas e oportunidades para pesquisas futuras, fornecendo uma visão abrangente das pesquisas realizadas nessa área. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória de natureza quantitativa. As análises buscaram identificar as métricas bibliométricas da amostra. Por meio de uma pesquisa bibliométrica foi possível compreender o estado atual do conhecimento e identificar lacunas e oportunidades para pesquisas futuras. Os resultados deste estudo, forneceram uma perspectiva sobre os estudos de marketing turístico, identificando as pesquisas desenvolvidas, os principais autores, principais periódicos e principais países existentes na produção científica da temática e revelando lacunas para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Turismo. Marketing. Bibliometria.



AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DO TURISTA SOBRE ATRATIVOS TURÍSTICOS: UM ESTUDO DE CASO NO TREM DO VINHO EM BENTO GONÇALVES, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Thamires Foletto Fiuza

Doutora em Turismo e Hotelaria, Universidade Estadual do Paraná,
thamiresf.fiuza@gmail.com.

Leticia Carvalho Vivian

Mestre em Turismo, Universidade do Vale do Itajaí, leticiacvivian@gmail.com.

Luiz Carlos da Silva Flores

Doutor em Engenharia de Produção, Universidade do Vale do Itajaí,
luiz.flores@univali.br.

RESUMO

É conhecido que as experiências e a qualidade do serviço tem um impacto direto na reputação da marca de uma empresa (LIANG et al., 2023). Assim, esta pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção dos turistas sobre a qualidade e a experiência turística no Trem do Vinho, localizado na cidade de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul, Brasil. A metodologia caracterizou-se como um estudo de caso, exploratório e descritivo com uma abordagem qualitativa. Os dados foram extraídos do site TripAdvisor entre novembro de 2017 e novembro de 2022, alcançando um total de 880 comentários válidos e analisados. Para a análise destes, utilizou-se uma Análise Temática utilizando as dimensões da experiência de Pine e Gilmore (1999). A partir dos números encontrados, foi possível perceber que o passeio gera percepções positivas sobre a experiência, tendo como consequência a satisfação geral com o atrativo e intenção de retorno. Todavia, sinalizou-se uma necessidade de verificar alguns aspectos relacionados a mobilidade do atrativo e a satisfação da qualidade do produto.

Palavras-chave: Qualidade. Experiência turística. Atrativos turísticos.



ORQUESTRA DE BATERIAS: PERFIL DO PÚBLICO E PERCEPÇÃO DA QUALIDADE

Juliano Casagranda Merlo

Cursando Curso Superior em Tecnologia de Gestão de Turismo, Instituto Federal de Santa Catarina Câmpus Florianópolis-Continente, juliano.cm2001@aluno.ifsc.edu.br

Raiane Schirrmann Rodrigues

Cursando Curso Superior em Tecnologia de Gestão de Turismo, Instituto Federal de Santa Catarina Câmpus Florianópolis-Continente, raiane.schirrmann@gmail.com

Tiago Savi Mondo

Doutor em Administração, Instituto Federal de Santa Catarina Câmpus Florianópolis-Continente, tiago.mondo@ifsc.edu.br

RESUMO

O Floripa Conecta é um grande “guarda-chuva” de eventos espalhados por vários pontos da cidade de Florianópolis. Um dos tradicionais eventos presentes é a Orquestra de Baterias. O objetivo da pesquisa foi identificar o perfil do participante do evento e sua percepção da qualidade com relação aos serviços turísticos. A pesquisa caracteriza-se como aplicada, quantitativa, descritiva. O instrumento utilizado foi o questionário. A amostra foi composta por 106 participantes e os dados foram coletados no dia 20 de agosto de 2023, tabulados e analisados por meio de estatística descritiva. Os principais resultados indicam que os ingressos para o evento, a nota para a cidade de Florianópolis e o atendimento do evento foram melhor avaliados, enquanto a sinalização, banheiros e tecnologia receberam as piores avaliações. O perfil do público atraído pelo evento é principalmente moradores da Grande Florianópolis, com faixa etária média de 37 anos e escolaridade de nível superior.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Tourqual. Dados. Música.



HOSPITALIDADE EM EVENTOS

Balbinette Silveira

Mestrado, UDESC, babimodababi@gmail.com

Ana Paula Lisboa Sohn

Doutorado, UNIVALI, anasohn@univali.br

RESUMO

Este ensaio aborda conceitos de hospitalidade relacionados com eventos. Após demonstrar semelhanças, diferenças, proximidades e novos questionamentos diante das mudanças ocorridas em função da pandemia do COVID-19, a intenção é de fundamentar esta relação entre a hospitalidade e os eventos. Para atender o objetivo, a metodologia aplicada foi exploratória-descritiva, com investigação de artigos científicos recentemente publicados. Com isso, concluiu-se que, hospitalidade está diretamente ligada aos eventos, servindo para promover, comunicar, estreitar laços em relações comerciais, sociais, religiosas

Palavras-chave: Hospitalidade. Eventos. Hospitalidade em eventos.



ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE TURISMO DA REGIÃO TURÍSTICA DO BREJO DA PARAÍBA

GUTEMBERG CARDOSO DA SILVA

Mestrando em Turismo, Universidade Federal do Paraná, E-mail:

gutembergcardoso@ufpr.br

DANIEL AGUIRRÉ CAMPOS

Mestrando em Turismo, Universidade Federal do Paraná, E-mail:

daniel.aguirre@ufpr.br

RESUMO

O objetivo deste resumo é analisar as estruturas governança turística locais dos municípios que compõem a região turística do Brejo da Paraíba. A pesquisa possui uma abordagem qualitativa, o método utilizado possui enfoque sistêmico, e foi empregado o estudo de caso, com o auxílio do uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental para a coleta e análise de dados e informações. Após os dados, conseguimos perceber que o Programa de Regionalização se consolidou na região a partir de 2017, em que houve um aumento e disseminação dos conselhos municipais de turismo, e boa parte deles se apresentam como deliberativos ou consultivos e deliberativos, atingindo assim o objetivo que previa analisar os conselhos de acordo com a função. A inexistência da participação de alguns segmentos representativos, acabam acarretando a tomada de decisões equivocadas, por parte das instituições tanto do setor público quanto do privado, que não direcionam o desenvolvimento qualitativo do turismo, e não aproveitam os diferentes benefícios que este poderia proporcionar.

Palavras-chave: Turismo; Governança turística; Paraíba.



CONVERGÊNCIA DE TRATADOS INTERNACIONAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS: OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, AGENDA 2030 E O MINISTÉRIO DO TURISMO

Luciana Vargas

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí,
lucyanavargas@hotmail.com

Diva de Mello Rossini

Doutora em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí ,
divarossini@univali.br

Pablo Flôres Limberger

Doutor em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, pablofl@univali.br

RESUMO

A importância na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU é cada vez mais evidente em todos os países. Para que os países signatários otimizem seu alcance, seus planos governamentais precisam estar alinhados aos ODS. Através de pesquisa bibliográfica e documental exploratória, analisando as políticas públicas de turismo através do Plano Nacional de Turismo do Ministério do Turismo, este estudo busca verificar se intencionalmente ou não há a convergência de ações que se complementam, através de indicadores objetivos e/ou subjetivos e sua relevância para o alcance dos Objetivos. Os resultados demonstram que a continuidade das ações somente poderá superar as divergências político-partidárias dos mandatos eletivos de seus gestores públicos, através de planejamento integral que inclua os diversos stakeholders envolvidos, fortalecendo as parcerias público-privadas.

Palavras-chave: Turismo. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Políticas públicas. Parcerias público-privadas.



**GRUPO TEMÁTICO – PLANEJAMENTO DE DESTINOS URBANOS
OU RURAIS**



CICLOTURISMO E CERVEJA: PROPOSTAS DE INCENTIVO À ROTEIRIZAÇÃO DAS CERVEJARIAS DE ITAJAÍ E BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC)

Eddy Ervin Eltermann

Graduado em Turismo e Hotelaria e Mestre em Educação, Professor no Instituto Federal Catarinense – Campus Brusque. eddy.eltermann@ifc.edu.br

Ronei Vagner Alves

Graduado e Técnico em Segurança no Trabalho, Egresso do Curso Técnico em Cervejaria do Instituto Federal Catarinense – Campus Brusque.
ronei.cbm@hotmail.com

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo propor a criação de um Roteiro Cicloturístico Cervejeiro nas cidades de Itajaí e Balneário Camboriú, fomentando assim o turismo e a cultura cervejeira da região. Neste contexto, foram identificadas as cervejarias destas cidades e mapeados os roteiros que estabeleceriam a prática do cicloturismo e da possibilidade de conhecer empreendimentos que denotem a relação que o Estado de Santa Catarina tem como um dos propulsores do movimento craft beer no Brasil. Dessa forma, trata-se de uma representação cartográfica e da possibilidade de fortalecimento destes empreendimentos de A&B como referencia ao turismo no município e na região. Com isso, pretende-se desenvolver um aplicativo para os roteiros, bem como, um mapa interativo que possibilite confirmar a presença em cada cervejaria e receber um premio de participação/ visitação ao turista que contemple as visitas em todos os empreendimentos.

Palavras-chave: Cicloturismo. Cerveja. Roteirização. Itajaí (SC). Balneário Camboriú (SC).



REDES COLABORATIVAS E GOVERNANÇA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: O CASO DA COLÔNIA MURICI-

Leonilo Alves de Abreu

Bacharel em Turismo, Gestão em Hotelaria (IFSC), Especialização em Educação Profissional e Tecnológica (IFSC), Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. E-mail: leoniloalves@hotmail.com

Lucivan Macena de Carvalho

Bacharel em Turismo pela UFPE, Especialista em Gestão Ambiental pelo IFPR, Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. E-mail: macena.com@yahoo.com

RESUMO

O Turismo de Base Comunitária (TBC) é visto como uma alternativa ao turismo convencional, com a comunidade local no centro dos processos e na autogestão das atividades. Para a efetividade e aprimoramento desses processos, é essencial que as iniciativas de TBC sejam otimizadas em colaboração com vários atores. Nesse contexto, as redes colaborativas operam como uma estratégia no sentido de consolidar a governança do TBC e alcançar seus objetivos comuns. Este estudo teve como objetivo entender como as redes colaborativas contribuem para o processo de consolidação da governança nas iniciativas rurais da Colônia Murici, localizada em São José dos Pinhais/PR. A pesquisa, de natureza qualitativa, foi realizada no campo e com fontes primárias. Com o progresso da pesquisa, observou-se o papel central das mulheres nas iniciativas rurais e a importância fundamental das redes colaborativas em parceria com a comunidade. Identificou-se a necessidade de formação pedagógica em TBC para construir uma base sólida em relação aos conceitos e princípios do TBC. Para pesquisas futuras, sugere-se a realização de uma pesquisa empírica com os visitantes dessas iniciativas rurais, com o objetivo de identificar e entender suas motivações diante da experiência.

Palavras-chave: Turismo de Base Comunitária. Governança. Redes Colaborativas. Colônia Murici. Paraná.



ANÁLISE DA TEORIA DE CLUSTER TURÍSTICO COM FOCO NA COOPERAÇÃO

**Ana Paula Lisboa Sohn
Francisco Antonio dos Anjos
Karina Barbosa Poffo Balança
Marcos Arnhold Júnior**

RESUMO

Na primeira década do século XXI, um grande progresso interpretativo foi feito na perspectiva relacional do turismo, direcionando a atenção para o conceito de cluster. A grande contribuição desta linha, foi considerar o funcionamento do turismo como um sistema produtivo. Para isso, são necessárias análises multi dimensionais das relações entre os atores envolvidos em um determinado destino turístico. A pesquisa tem como objetivos: identificar o referencial teórico sobre cluster turístico, com foco na cooperação; e compreender se aplica tal referencial teórico para o desenvolvimento econômico e sustentável das regiões. A relevância do estudo reside na compreensão da cooperação ocorre dentro do cluster turístico e busca contribuir em agendas futuras para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas a esse tema. Como resultados parciais deste estudo, se apresentam insights importantes para o desenvolvimento, a gestão e o impacto desses agrupamentos na cadeia produtiva do turismo e nas comunidades locais.

Palavras-chave: Cluster turístico. Cooperação. Cadeia Produtiva do Turismo.



TURISMO E ACESSIBILIDADE NA ILHA DO COMBU: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Jonathan Rodrigues Nunes

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI. Jonathanrodrigues58@hotmail.com

Milene de Cássia Santos de Castro

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, UNIVALI. castro.milene2010@gmail.com

William Mateus de Souza Ferreira

Mestrando em Turismo e Hotelaria, UNIVALI. williammateusmary@gmail.com

RESUMO

A Ilha do Combu, destaca-se por sua vida ribeirinha, influenciada pelas marés e pela produção de açaí e cacau. A Casa do Chocolate, uma atração turística na ilha, oferece uma experiência autêntica, mas enfrenta desafios de segurança e acessibilidade. Este estudo propõe avaliar a qualidade dos serviços oferecidos aos visitantes na Casa do Chocolate, localizada na Ilha do Combu, em Belém, Pará. A análise SWOT revelou pontos fortes, como a experiência autêntica e o chocolate artesanal, bem como fraquezas, incluindo segurança e acessibilidade limitadas. Melhorias podem impulsionar o crescimento do negócio e o desenvolvimento local, garantindo uma experiência positiva para os visitantes.

Palavras-chave: Ilha do Combu. Turismo. Acessibilidade.



O BUMBA MEU BOI INFLUENCIANDO A LÓGICA DE PRODUÇÃO E DE CONSUMO DO TURISMO NO MARANHÃO

Antônio Jorlan Soares de Abreu

Mestrando em Turismo, UFPR, email: antonio.abreu@ifma.edu.br

André Riani Costa Perinotto

Doutor em Ciências da Comunicação-UNISINOS, UFDPAr, email:
perinotto.arc@gmail.com

Melise de Lima Pereira

Doutora em Turismo e Hotelaria-UNIVALI, UFPR, email: melisepereira@ufpr.br

RESUMO

A cultura do Bumba Meu Boi no Maranhão faz parte do contexto turístico, assim como outros patrimônios, material e imaterial. O objetivo é apresentar como as lógicas de produção e consumo influenciam e impactam no comportamento local e na atração turísticas. Tendo um apoio de gestores públicos que visam não somente a visita, mas principalmente um aumento na economia local. Para tanto fizemos uso da pesquisa bibliográfica e dos métodos indutivo e dedutivo de investigação. Enquanto resultado, registra-se a adesão por parte da população (turista), fazendo uso dos elementos identitários culturais, reforçando a proposta de consumo e de folkturismo. O que conduz a conclusão de que as lógicas de produção aliadas ao folkmarketing alcançam o objeto das lógicas de consumo, demonstradas através das *mass media* e imagens nas redes sociais, que atrai consideravelmente o número de turistas.

Palavras-chave: Turismo.Patrimônio. Folkturismo. Folkmarketing. Políticas Públicas.



SEGURANÇA TURÍSTICA INTELIGENTE EM CURITIBA: O CASO DA MURALHA DIGITAL

Lucivan Macena de Carvalho

Bacharel em Turismo pela UFPE, Especialista em Gestão Ambiental pelo IFPR, Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. E-mail: macena.com@yahoo.com

Leonilo Alves de Abreu

Bacharel em Turismo, Gestão em Hotelaria (IFSC), Especialização em Educação Profissional e Tecnológica (IFSC), Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. E-mail: leoniloalves@hotmail.com

RESUMO

A escolha de um destino turístico é influenciada por diversos fatores, dentre eles, a segurança pública. A cidade de Curitiba tem passado por um processo de inovação, com foco na qualidade de vida, fazendo uso de tecnologias para otimizar serviços e infraestrutura. Uma estratégia de segurança pública na capital do Paraná é o projeto da Muralha Digital, uma infraestrutura de segurança que integra vigilância, análise de dados e monitoramento de áreas diversas, que além de garantir a segurança dos cidadãos, pode contribuir na construção de uma cidade inteligente. Assim, o objetivo deste trabalho consiste em analisar de que forma a Muralha Digital pode contribuir para a segurança turística da cidade de Curitiba. A pesquisa se trata de uma abordagem qualitativa de fontes secundárias e foi usada a técnica de análise de conteúdo para a interpretação dos resultados. Constatou-se que a Muralha Digital em Curitiba, mostra um cenário positivo e promissor para o futuro do planejamento urbano e da segurança turística, porém ainda em construção. Como sugestão de futuras pesquisas foi sugerido que sejam realizados estudos empíricos com gestores públicos e privados e comunidade no geral para compreender os efeitos tangíveis e intangíveis da Muralha Digital na atratividade turística de Curitiba e investigar como essa infraestrutura influencia a experiência dos turistas em se tratando de segurança.

Palavras-chave: Segurança turística. Muralha Digital. Cidades Inteligentes. Curitiba.



**GRUPO TEMÁTICO – INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA
GASTRONOMIA, TURISMO E**



MARKETING DE DESTINOS: UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS E DE INICIATIVAS POTENCIALIZADORAS

Alana Rodrigues Fraga

Bacharel em Turismo/UFPeL. Universidade Federal de Pelotas.
alanaafraga@gmail.com;

Elaine Cristina da Luz

Mestranda em Turismo/UFPR. Universidade Federal do Paraná.
elaini.daluz@gmail.com;

Thays Domareski Ruiz

Doutora em Geografia/UFPR. Universidade Federal do Paraná. thaysruiz@ufpr.br.

RESUMO

A globalização facilitou o deslocamento de pessoas e informações, no turismo isso não pôde ser diferente, o que levou a um aumento da concorrência entre destinos turísticos. O marketing de destinos é uma estratégia essencial para que um destino se destaque e atraia visitantes. O objetivo dessa pesquisa é identificar iniciativas de marketing para promover destinos turísticos. Esta é uma pesquisa exploratória-descritiva de abordagem qualitativa, onde realizou-se uma análise bibliográfica e documental. Ao considerar as características de cada destino turístico, o marketing de destinos pode auxiliar campanhas publicitárias, ações de branding, participação em feiras de turismo e megaeventos, o desenvolvimento de infraestrutura turística, valorização da cultura local e potencializar as experiências turísticas. Ao promoverem seus destinos turísticos e, conseqüentemente, seus atrativos, os países podem aumentar o número de visitantes, estimular o consumo local, gerar empregos no setor de turismo e fortalecer a imagem do país como um destino turístico de destaque.

Palavras-chave: Turismo; Marketing de Destinos; Destinos Turísticos.



EVENTO DE INOVAÇÃO NO TURISMO: O CASO HACKATOUR CATARATAS

Elaine Cristina da Luz

Mestranda em Turismo/UFPR. Universidade Federal do Paraná.
elaini.daluz@gmail.com;

Alana Rodrigues Fraga

Bacharel em Turismo/UFPel. Universidade Federal de Pelotas.
alanaafraga@gmail.com;

Thays Domareski Ruiz

Doutora em Geografia/UFPR. Universidade Federal do Paraná. thaysruiz@ufpr.br.

RESUMO

As mudanças tecnológicas são fundamentais para o desenvolvimento do turismo. A inovação, que é a criação de algo novo ou melhorado. Eventos, como hackathons, são uma forma de promover a inovação no turismo. Hackathons são maratonas de inovação em que equipes de profissionais de diferentes áreas trabalham juntas para desenvolver soluções para problemas específicos do setor. O objetivo deste estudo foi compreender a importância do hackathon e de como esse evento utiliza a inovação para a solução de problemas para o setor de turismo, como o evento Hackatour Cataratas, realizado em Foz do Iguaçu, Brasil. A metodologia é exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa. Os hackathons são uma ferramenta importante para o desenvolvimento do turismo, podendo adaptar o setor às mudanças tecnológicas e criar experiências para os turistas. Os hackathons são uma ferramenta versátil que pode ser usada para abordar uma variedade de demandas no turismo.

Palavras-chave: Evento; *Hackathon*; Inovação, Turismo.



DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM BENTO GONÇALVES, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL, COM BASE NOS EIXOS ESTRUTURANTES DO RANKING CONNECTED SMART CITIES

Letícia Carvalho Vivian
leticiavivian@gmail.com

Renato Büchele Rodrigues

RESUMO

A cidade de Bento Gonçalves, no estado do Rio Grande do Sul, Brasil é um potencial destino turístico para tornar-se um exemplo de sustentabilidade desde que aproveite seus recursos naturais, promovendo a inovação e melhorando a qualidade de vida da sua população. O objetivo do presente trabalho é analisar e propor estratégias para o desenvolvimento sustentável em Bento Gonçalves, com base nos eixos estruturantes do Ranking Connected Smart Cities. A metodologia utilizada está embasada em uma pesquisa exploratória para coletar informações sobre o contexto de Bento Gonçalves e sua situação atual em relação aos eixos estruturantes do Ranking Connected Cities com procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental. Os resultados indicam que Bento Gonçalves tem feito progressos notáveis em várias áreas do desenvolvimento sustentável. Dessa forma, o estudo mostra que Bento Gonçalves está no caminho certo em direção ao desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Turismo; Inovação



A IMPORTÂNCIA DA TELECOLABORAÇÃO NO ENSINO DE LÍNGUAS PARA A FORMAÇÃO DE ESTUDANTES DE TURISMO: UM OLHAR PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO VIA INCLUSÃO

Eddy Ervin Eltermann

Graduado em Turismo e Hotelaria e Mestre em Educação, Professor no Instituto Federal Catarinense – Campus Brusque. eddy.eltermann@ifc.edu.br

Rodrigo Schaefer

Graduado em Letras, Mestre e Doutor em Linguística, Professor do Instituto Federal Catarinense – Campus Brusque. rodrigo.schaefer@ifc.edu.br

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo debater a importância do conhecimento em torno de línguas estrangeiras para estudantes de turismo, bem como proporcionar o diálogo em torno do espaço da telecolaboração. Neste contexto, busca-se aqui trazer para o debate a construção coletiva que se deu por meio de um projeto de extensão, que objetivou a colaboração internacional de falantes das línguas inglesa e espanhola, constituindo uma possibilidade de aprendizado e conversação. O projeto formou um espaço de saberes, onde estudantes, professores ou convidados internacionais, por meio da telecolaboração, pudessem ter um importante espaço de diálogo e práticas de conversação voltados aos idiomas supracitados. Neste contexto, a proposta possibilitou que estudantes sem recursos para a realização de intercâmbio tivessem a oportunidade de aprimorar sua conversação e se preparar de forma mais adequada ao mercado de trabalho.

Palavras-chave: Turismo. Internacionalização. Inclusão. Telecolaboração. Idiomas.