

Editorial CULTUR - Ano 16, abril de 2022

Caros amigos leitores da CULTUR

Neste número da revista, 8 artigos compõem a edição. Como é característica da CULTUR, a interdisciplinaridade é lugar comum, enriquecendo o debate, as abordagens e fortalecendo a pesquisa em Cultura e Turismo em suas diferentes dimensões. Os artigos abordam a cultura e o meio ambiente, a literatura, materiais de promoção turística, redes sociais e a temática da Covid-19 e seus impactos na qualidade dos serviços.

A edição apresenta um cenário importante sobre essas diferentes abordagens, com suas características epistemológicas e diferentes metodologias, oferecendo um quadro de análise amplo e instigante aos leitores. Além disso é produto do esforço de autores, leitores e editores na construção de rede acadêmicas interdisciplinares com foco na promoção e divulgação da ciência, seja ela produzida no país ou no exterior.

O primeiro artigo, elaborado pelos autores Altair Sancho Pivoto, Sidnei Raimundo, Raphaella Lima e Alexandre Fonseca Alves, traz um panorama sobre o estado da pesquisa sobre “serviços ecossistêmicos culturais (SEC)”, evidenciando a pouca quantidade de estudos sobre o tema em decorrência da dificuldade de apreensão, mensuração e mesmo valoração de tais serviços, já que estão relacionados com o contato e percepções de cada indivíduo com o ambiente natural, seus anseios, motivações e benefícios recreativos, de lazer, estéticos e espirituais.

O segundo artigo, de autoria de Patrício Câmara Araújo, Fernanda Carvalho Brito e Gillyenne Nascimento Silva é um estudo analítico voltado ao patrimônio histórico-cultural e imaterial de caráter oral do município de Paulino Neves – MA e analisa como narrativas locais comunicam o imaginário de uma comunidade e podem ser compartilhadas com outras pessoas através do turismo cultural.

Com autoria de Karla Estelita Godoy e Juliana Pires de Andrade Motta, o terceiro artigo analisou a folheteria impressa encontrada em em instituições museológicas situadas no

município do Rio de Janeiro. O artigo avaliou sua relevância comunicacional para o público turístico que visita museus, considerando que constituem uma forma de comunicação eficaz com turistas.

O quarto artigo de autoria de Nicole e Mauricio Barth analisa a influência do uso de redes sociais no planejamento de viagens turísticas e constatou que as redes sociais são instrumentos importantes no atual planejamento de viagens, considerando que os interlocutores apontam detalhadas informações sobre os destinos selecionados, configurando-se como fontes confiáveis e seguras para o processo de escolha e tomada de decisão.

De autoria de Parley Lopes Bernini da Silva, Isis Cristina Maciel, Regina Célia Garcia de Araujo e Mariana Knierim Correia, o quinto artigo estuda os impactos da língua espanhola na Formação do Profissional de Turismo. O trabalho, de caráter ensaístico, concluiu que há um enriquecimento dos processos de desenvolvimento profissional por meio do aprendizado do idioma estrangeiro, tornando o profissional mais plural frente aos desafios da globalização.

Também no contexto de análise de redes sociais, o sexto artigo, de autoria de Greice Bezerra, Cynthia Correa e Andreia Nakamura analisa o Instagram como plataforma de promoção turística, especialmente os casos das marcas de Recife/PE e Salvador/BA. Teve o objetivo de fazer um estudo comparativo entre os perfis de promoção turística das capitais citadas e constatou que em um período de retomada do turismo devido à pandemia de COVID-19, a marca de Recife/PE se limitou a informar a população sobre protocolos de segurança, enquanto que a marca de Salvador/BA apostou em gerar conteúdos interativos para fidelizar seguidores nacionais e estrangeiros. Constatou ainda que a capital baiana obteve uma performance superior nessa plataforma.

Procedente do México, o sétimo artigo, de autoria de Erika Patricia Cárdenas Gómez trata da Secretaria de Turismo de Estado, seu histórico e desenvolvimento no México a partir de sua constituição em 1975. Constatou que metade dos secretários de turismo do México nasceram na Cidade do México e que tiveram, majoritariamente sua formação ligada a administração, além de terem estudado, em sua maioria na Universidade Nacional Autônoma do México. Constataram ainda que, a maioria não teve contato profissional prévio com a atividade turística.

Fechando a edição da CULTUR, o oitavo artigo, de autoria de Diogo Victor dos Santos, Mauro Gutemberg dos Santos Santana e Tiago Mondo trata dos Impactos da Pandemia do Covid-19 na qualidade dos atrativos turísticos de Salvador/BA por meio do uso do modelo Tourqual. Os resultados evidenciaram que os atrativos analisados mantêm uma regularidade nos quesitos de qualidade, mesmo considerando uma sensível queda no número de visitantes e não aparecem dados sensíveis que remetam à pandemia.

A CULTUR agradece aos autores pela escolha e confiança na qualidade do periódico como caminho para a divulgação científica. É nosso propósito levar à comunidade acadêmica e a sociedade em sentido amplo as contribuições dos autores, de maneira interdisciplinar, com fácil acesso e de maneira representativa da diversidade dos estudos que a área proporciona.

Desejamos a todos uma excelente leitura!!

Editores

Marco Aurélio Ávila – Universidade Estadual de Santa Cruz – Brasil

Sandro Campos Neves – Universidade Federal do Paraná – Brasil

Vander Valduga – Universidade Federal do Paraná – Brasil

Alfonso Zepeda Arce – Universidade de Guadalajara – México

Editor Gerente

Saulo Rondinelli Xavier da Silva – Universidade Federal do Sul da Bahia – Brasil