

Caros Leitores da CULTUR,

Este número da nossa revista apresenta uma mistura interessante de artigos de investigadores de diversas áreas acadêmicas e de variadas proveniências do Brasil e do exterior, reafirmando nossa missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo.

O artigo **“Actitud de la comunidad local como fator de éxito de um proyecto turístico”**, de autoria de **Martha Marivel Mendoza Ontiveros e Gregoria Rodriguez Muñoz** analisa as atitudes de uma comunidade rural da região central do México em relação ao turismo. Foram realizadas entrevistas em profundidade e questionários. Os resultados indicam que a atitude da comunidade é favorável, porém devido a algumas falhas de planejamento e capacitação da comunidade, se identificam comportamentos pouco empreendedores ou pró-ativos.

**“Práticas ambientais para a minimização de impactos ambientais do ecoturismo: informações de gestores de agências de viagem do Rio Grande do Sul”** é o tema do artigo de autoria de **Álvaro Luis de Melo Machado e Suzana Maria De Conto**. O objetivo do estudo foi analisar as informações de gestores de agências de turismo em relação ao compromisso ambiental das mesmas na minimização de impactos ambientais decorrentes das atividades ecoturísticas. A metodologia utilizada foi uma pesquisa exploratória, sendo aplicados questionários a 20 gestores de agências de ecoturismo do estado do Rio Grande do Sul. Os resultados obtidos com a pesquisa permitem concluir que, em geral, as práticas ambientais não são consideradas critérios para a seleção dos destinos de ecoturismo e que as mesmas não estão presentes, em sua totalidade na formatação e comercialização dos pacotes de ecoturismo.

O artigo **“Hospitalidade, migração e gastronomia: A família Marino e o restaurante. Carlino”** de autoria de **Leonardo Fonseca e Luiz Octávio de Lima Camargo** tratou a temática da hospitalidade no Brasil face aos seus imigrantes, em especial aos de origem italiana. Foram analisadas as narrativas de Antônio Carlos Marino e seus filhos, através das quais são lançadas pontes de memória com o fundador do restaurante italiano mais antigo da cidade de São Paulo (1881), o Restaurante Carlino. O estudo permitiu a análise das cenas hospitaleiras e inhospitaleiras que marcaram a afirmação da família no Brasil, tanto na situação por eles vivenciadas como

imigrantes-hóspedes de uma nova terra como na hoje vivida, de anfitriões em um restaurante que constitui uma importante referência para o turismo na cidade de São Paulo.

**Helissa Nascimento dos Santos** analisa o lugar do turismo na Lei 12.343, de 02 de dezembro de 2010, que constitui o Plano Nacional de Cultura do Brasil e para alcançar esse objetivo foi utilizada a metodologia da pesquisa bibliográfica e de documentos no artigo “**A integração do turismo e da cultura evidenciada no Plano nacional de cultura do Brasil**”. Os resultados identificaram que dos cinco capítulos que contemplam o Plano Nacional de Cultura do Brasil, em dois o turismo está presente como fator de inter-relação com o setor da cultura no que tange ao desenvolvimento econômico, gestão e preservação do patrimônio, capacitação e qualificação dos profissionais de turismo quanto ao tema da cultura, desenvolvimento dos equipamentos culturais para fins do turismo cultural, integração dos profissionais do setor da cultura no desenvolvimento da qualificação e promoção do turismo cultural e busca pelo desenvolvimento sustentável.

O artigo “**Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS**” de autoria de **Fabrcício Silva Barbosa**, analisa as estratégias de marketing para eventos utilizadas pela *Oktoberfest* de Santa Cruz do Sul/RS seguindo o modelo de planejamento estratégico para eventos de Allen et al (2008). A pesquisa de caráter qualitativo e exploratória, caracterizada como um estudo de caso, permitiu a compreensão das ações de marketing para eventos, o que possibilitou a visualização de cada etapa do planejamento mercadológico desenvolvido. Os resultados da pesquisa levam a concluir que para que o evento alcance os objetivos propostos, é fundamental a utilização de um planejamento de marketing adequado, considerando-se as peculiaridades e características específicas do evento.

No sexto artigo **Marcello de Barros Tomé Machado** analisa o deslocamento temporário para o Rio de Janeiro no período que antecedeu o advento do Turismo na referida cidade com base no modelo das etapas evolutivas do turismo apresentadas pela OMT (2003). Considerando diversos estudos que buscam distinguir as diferentes etapas evolutivas do turismo mundial foi realizada pesquisa de natureza exploratória, envolvendo levantamento bibliográfico a partir da análise de livros, artigos e jornais. As conclusões do artigo “**As etapas evolutivas do turismo: um estudo sobre o Rio de Janeiro (Séculos XVIII-XX)**” apontam para a relevância das etapas evolutivas do turismo denominadas de Renascimento e Revolução Industrial para o advento do turismo na modernidade.

O artigo “***Terra dos dinossauros: La construcción e implementación del turismo paleontológico en el barrio rural de Peirópolis, Uberaba (MG, Brasil)***” de autoria de **Cecilia V. Pérez Winter, Agustín G. Martinelli e Luiz Carlos Borges Ribeiro** analisa os processos de patrimonialização e turistificação que se produziram em Peirópolis com base em observação participante, entrevistas semiestruturadas e consulta de diversas fontes gráficas e bibliográficas. Os resultados de pesquisa apontam para a construção social e implantação de um turismo paleontológico, a apropriação territorial do turismo e a construção de um lugar turístico, bem como para o desenvolvimento de processos e ações que transformaram a identidade do bairro rural de Peirópolis.

No último artigo dessa edição, **Maximiliano Francisco de Oliveira e Carlos Alberto Gonçalves** tratam sobre “**A dicotomia entre cooperação e competição em um aglomerado territorial turístico**”. Os autores analisam de que maneira a estrutura de relacionamento em redes, de empresas aglomeradas territorialmente, de um mesmo setor, determina a cooperação e a competição. Foi realizada uma pesquisa entre as pousadas localizadas na região da Serra do Cipó – MG apoiada na teoria de análise de redes sociais. Os resultados apontaram para a coexistência da cooperação e da competição na amostra selecionada com a predominância de relacionamentos cooperativos, apesar da baixa intensidade de ambos os construtos e de uma relação não significativa entre cooperação e competição.

Desejamos a Todos Boa Leitura,

Prof. Dr. Gustavo da Cruz  
Universidade Estadual de Santa Cruz – Brasil

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara  
Universidade Federal do Paraná – Brasil

Prof. Dr. Marco Aurélio Avila  
Universidade Estadual de Santa Cruz – Brasil