

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i3p469-473>

Editorial

O ano de 2016 foi muito intenso para o setor turístico e para a sociedade brasileira de modo geral, em função de questões políticas nacionais e internacionais, guerras, atentados, fluxo de refugiados, acidentes aéreos, megaeventos esportivos e mais uma infinidade de acontecimentos que exigiram reflexões e ponderações.

Para a Revista Turismo em Análise (RTA), 2016 também será marcado como o ano de conclusão de um ciclo, pois a partir de 2017 algumas mudanças, visando uma efetiva internacionalização do periódico, serão implantadas. As principais são:

- Instituição de Editores-Adjuntos que irão apoiar o trabalho da Editora-Chefe no processo editorial, contribuindo para a divulgação da RTA e para a captação de artigos;
- Renovação do Conselho Editorial, buscando contar com a participação de ativos pesquisadores locados em programas de pós-graduação de todo o território nacional e de diversas instituições estrangeiras;
- Oferecimento de apenas duas sessões: Artigos (pesquisas e ensaios inéditos) e Outras Contribuições (relatos, entrevistas e resenhas);
- Adoção do padrão da 6ª versão da American Psychology Association (APA 6th style) para citações, referências, figuras e tabelas;
- Implantação do *desk review* para verificação do atendimento a critérios básicos de forma e conteúdo dos manuscritos submetidos;
- Autores deverão descrever as atividades desenvolvidas na construção do manuscrito e o limite máximo de autores por artigo passa a ser quatro;
- Publicação em fluxo contínuo por número, mantendo a periodicidade quadrimestral, com três números anuais e, no mínimo, dez artigos por número.

Diante das mudanças anunciadas, este será o último Editorial da RTA, pois os manuscritos serão publicados à medida que são aprovados, não cabendo mais uma apresentação por número.

Então, para apresentar este último número de 2016, destaca-se que são 20 autores responsáveis por 10 artigos. Há quatro artigos com dois autores, três artigos com três autores e três artigos com autoria única.

Conforme dados do Quadro 1, do total de 20 autores, dois têm vínculo com universidades de Portugal, um é de universidade dos Estados Unidos e um está em uma universidade da Argentina. Assim, 20% dos autores são considerados estrangeiros. Já a distribuição dos autores entre as instituições de ensino superior (IES) no território nacional indicam uma concentração significativa na região Sudeste, sendo sete autores do estado de São Paulo (35%), três do Rio de Janeiro (15%), dois do Paraná (10%), um de Santa Catarina (5%), dois de Pernambuco (10%) e um do Rio Grande do Norte (5%).

Quadro 1 – IES e cidades de origem dos autores e participação por regiões

IES	CIDADE	Nº DE AUTORES	% POR REGIÃO
Universidade de Aveiro	Aveiro, Portugal	1	20
Universidade de Lisboa	Lisboa, Portugal	1	
Universidad de Palermo	Buenos Aires, Argentina	1	
University of Texas	Austin, EUA	1	
Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	São Paulo, SP	3	50
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Cubatão, SP	2	
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)	Barretos, SP	1	
Universidade de São Paulo (EACH-USP)	São Paulo, SP	1	
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Niterói, RJ	1	
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UNIRIO)	Rio de Janeiro, RJ	2	
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Curitiba, PR	2	
Universidade Vale do Itajaí (UNIVALI)	Balneário Camboriú, SC	1	
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Recife, PE	2	15
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN)	Mossoró, RN	1	
Total de Autores		20	100

Fonte: : RTA Volume 27 no. 3, Dez. 2016.

Como usual, as temáticas dos artigos são variadas, abordando realidades do turismo no Brasil, na América Latina e em países de língua portuguesa espalhados pelo mundo.

O primeiro artigo do volume 27, número 3 da RTA analisa o perfil de enoturistas visitantes de 23 vinícolas das principais regiões vitivinícolas chilenas e conclui que os turistas com



menor envolvimento com o vinho são mais suscetíveis aos aspectos físicos e ao entretenimento proporcionados pelas vinícolas, enquanto os turistas mais conhecedores de vinhos valorizam o produto, a degustação e a variedade de vinhos à venda.

O segundo artigo também se constitui em estudo com visitantes, mas para avaliar a sua percepção sobre a marca Costa da Mata Atlântica, planejada para identificar a região da Baixada Santista, que congrega nove municípios do litoral paulista. Os resultados indicaram que o termo “Baixada Santista” é mais reconhecido entre os visitantes do que a marca Costa da Mata Atlântica. Portanto, há indicação de ações para o reposicionamento da marca turística atualmente usada.

Na sequência há dois artigos que tratam de hospitalidade, sendo que um analisa o *website* de uma prestadora de serviços de viagens on-line para avaliar como a comunicação feita nesse ambiente facilita a relação de hospitalidade entre a empresa e seus clientes. O resultado confirma que a estrutura do *website* contribui para fortalecer a confiabilidade e a vantagem competitiva na prestação de serviços e que uma comunicação adequada com os perfis dos clientes propicia uma relação hospitaleira entre empresa e clientes.

O outro artigo que trata de hospitalidade é resultado de uma pesquisa que procurava identificar as práticas de lazer disponíveis no entorno do Hospital de Câncer de Barretos (SP), e compreender a realidade do atendimento hoteleiro a acompanhantes e pacientes-viajantes vindos de várias partes do Brasil que realizam tratamento oncológico naquele hospital. Os resultados apontam que os acompanhantes e pacientes-viajantes entrevistados sentem-se bem acolhidos em Barretos, apesar do contexto da doença e de suas condições físicas e emocionais, e indicam a necessidade de mais espaços de lazer na cidade, bem como algumas atividades de recreação, de modo a tornar mais agradável o tempo livre durante o tratamento. Em seguida, o quinto artigo investiga a percepção dos gestores de agências de turismo receptivo da cidade de Curitiba (PR), sobre os roteiros e pacotes comercializados a partir de dados relacionados a criatividade, inovação, experiência e emoção. Os resultados demonstraram que os passeios mais vendidos não são os mais criativos e inovadores, e também não permitem vivenciar as diferentes dimensões das experiências e emoções, apesar de grande parte dos entrevistados relacionar o produto mais comercializado à geração de satisfação do turista e de uma experiência e uma visitação de qualidade.



O próximo artigo também investiga relações do turismo em uma cidade do Paraná. O trabalho analisa a participação dos moradores do campo no desenvolvimento do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo (PR). Os resultados obtidos com entrevistas feitas com camponeses revelam que estes resistem a se inserir no Circuito, temendo perder a autonomia de seu modo de vida devido à sua inserção na lógica do negócio do turismo.

O artigo que figura como sétimo investiga as características e motivações dos promotores de turismo do espaço rural no Douro, Portugal, para gerenciar negócios ligados ao turismo. Os resultados apontam que esses promotores não têm formação na área turística e não tinham qualquer experiência no ramo antes de abrir o negócio. A motivação principal para a criação de empreendimentos na área de turismo foi a recuperação e preservação do patrimônio edificado. Conclui que o turismo rural ainda está pouco enraizado na região e são escassas as atividades de animação turística baseadas nas tradições e cultura locais.

O oitavo artigo busca identificar o desenvolvimento, em três comunidades receptoras de turismo em Timor Leste, de mecanismos colaborativos e de gestão que adotam lógicas baseadas na autogestão e na solidariedade e contrariam a tendência da concentração empresarial e de lucro, avaliando se esses modelos se refletem em uma proposta de transformação social, com o aparecimento de novos sujeitos protagonistas no processo. Os resultados confirmam a existência de novos sujeitos que se organizam na partilha de poderes e saberes, a partir de códigos de conduta e um conjunto de procedimentos de gestão colaborativa, apontando a possibilidade de emancipação social.

O nono artigo analisa o processo de desenvolvimento ou aquisição de recursos estratégicos que geram desempenho superior e conseqüente vantagem competitiva de um restaurante gastronômico brasileiro, o Restaurante Mocotó. Conclui que os recursos diferenciais foram desenvolvidos internamente e baseiam-se na cultura organizacional, na rede de relacionamentos e na capacidade de inovar e criar do *chef* de cozinha.

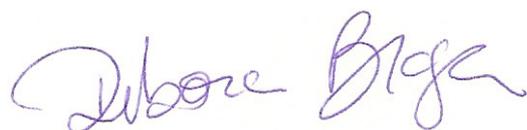
O artigo décimo tem caráter de ensaio e discute o conceito de beleza através da teoria estética de Theodor Adorno e a noção sublime de Kant, considerando que o turismo clássico que valoriza o belo dá lugar para atrativos mórbidos, surgindo o segmento de turismo obscuro. Assim, é feita uma análise das tendências sádicas de uma sociedade que não se comove com a dor do outro, o que pode ser uma forma de controle sobre a morte. Há uma reflexão de que

a Escola de Frankfurt e Theodor Adorno se preocupavam com o predomínio de valores estéticos em um mundo cada vez mais sensual e que atualmente há indicativos de que é preciso pensar os objetos explorados pelo turismo obscuro como elementos que se separam da lógica da cultura industrial para se aproximar da lógica da emancipação.

Para finalizar este número da RTA, o Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha – docente do programa de pós-graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP) – contribui com o intuito de registrar sua experiência nas Olimpíadas Rio 2016, realizadas de 5 a 21 de agosto deste ano. Esse texto se constitui em um material importante para que no futuro esse megaevento esportivo possa ser estudado segundo o olhar participante de um pesquisador da área de lazer e turismo que confrontou a realidade vivenciada com alguns postulados teóricos e hipóteses formuladas no período de preparação da cidade do Rio de Janeiro para os Jogos Olímpicos.

Então, como dito anteriormente, me despeço como autora de editoriais da RTA, mas fico à disposição como Editora-Chefe para acolher críticas e sugestões através do e-mail <tanalise@usp.br>.

Cordialmente,



Profª. Dra. Debora Cordeiro Braga

Editora-Chefe