

Prezados Leitores,

A utilização de mídias sociais como ferramenta para o planejamento de viagens tem sido cada vez mais frequente. **A reputação on line em áreas protegidas: análise do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (Pernambuco, Brasil)** analisa a reputação online do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, visando propor, com base na opinião dos usuários, ações que possam aprimorar a gestão da UC. Foi possível constatar que a maior parte dos usuários indicou algum aspecto positivo da beleza cênica, conservação da natureza, presença de animais, atividades e atratividade turística. Dos aspectos negativos, destacam-se o acesso e as facilidades, principalmente quanto a precariedade do agendamento de trilhas. Os autores sugerem que os gestores monitorem frequentemente as mídias sociais e criem estratégias que levem em consideração medidas mitigadoras, visando a melhoria dos serviços prestados, sem desconsiderar a conservação do ambiente natural.

Um dos papéis que as plataformas digitais têm assumido, é a função de apresentar as apreensões e representações dos turistas e visitantes sobre os destinos visitados. Reconhecer as plataformas digitais como ferramentas capaz de agir para o aprimoramento da atividade turística e como novo recurso tático, pode resultar em um diferencial a mais a ser incorporado pelos gestores da área. Nesse sentido, **As emoções dos visitantes das ruínas de São Miguel das Missões/RS expressadas no TripAdvisor** tem por objetivo mapear, descrever e analisar as emoções percebidas pelo visitantes das ruínas de São Miguel das Missões expressas na plataforma digital TripAdvisor. Destaca-se a categoria alegria, com o maior número de ocorrência, onde os usuários enfatizam a contemplação da paisagem cênica, o Espetáculo Som e Luz, os bons níveis de preservação das ruínas e sua relevância ao que toca a difusão dos fatos históricos. As emoções com menor incidência foram medo e raiva. Os autores ressaltam que o principal contributo da pesquisa está na comprovação de que o monitoramento deste tipo de plataforma digital pode fornecer dados pertinentes para que seja realizadas intervenções, proporcionando aperfeiçoamento positivo da gestão do atrativo e aumento da competitividade.

O turismo é um conjunto de várias ações e o desenvolvimento do setor é resultado das interações dos atores de uma região, pois sem a comunicação entre eles o desenvolvimento do turismo e da região permanecem estáticos. **A regionalização do turismo no litoral do Paraná (Brasil): análise da rede de interação entre os stakeholders** tem como principal propósito compreender e determinar a importância que os atores sociais possuem na configuração do turismo na Região Turística Litoral do Estado do Paraná, tomando-se como referência o nível de relacionamento ocorrido entre eles. Compreende-se que os níveis de interação existentes entre os atores são baixos, e que buscam o apoio para seus projetos nas instituições públicas, especialmente as prefeituras municipais. Destacam-se as universidades e o SEBRAE como elementos importantes e centralizadores da rede. Observa-se pouca representatividade da instância de governança. Destaca-se que os atores mais citados não necessariamente são os que permitem a maior facilidade de comunicação entre os demais: as universidades e o SEBRAE são as entidades mais citadas pelos respondentes, porém são as prefeituras e as associações comerciais que apresentam maior índice de intermediação. Os autores recomendam ampliar o número de pesquisas, aplicando a mesma metodologia em outras regiões, a fim de ampliar a consistência e permitir a extrapolação de resultados para o setor de turismo como um todo.

A governança, como modelo de gestão participativo, democrático e inclusivo, tornou-se um conceito amplamente difundido, sendo aplicado ao campo turístico como uma gestão responsável e inovadora. Neste contexto, **O processo de governança política de regionalização do turismo de Minas Gerais: uma análise do Circuito Turístico Caminho Novo (CTCN)** dedica-se a compreender o processo de governança instituído pela política de regionalização do turismo em Minas Gerais, tomando como foco o CTCN. A questão central é a seguinte: em que medida o processo de governança, tal como é apresentado no âmbito das políticas públicas de turismo, se efetiva no contexto do CTCN? Constatou-se que este processo não se efetiva no contexto do CTCN: somente o poder público e os membros da sociedade civil estão representados. A dificuldade financeira e a falta de comprometimento dos municípios são consideradas os principais entraves para o desenvolvimento do turismo regional. O circuito necessita do conhecimento e engajamento dos demais setores, os agentes do turismo, por exemplo, para que possam ser desenvolvidas ações concretas para o desenvolvimento da atividade turística na região.

O cinema tem se consolidado como ferramenta de desenvolvimento turístico, levando cidades ao redor do mundo, usadas como locações fílmicas, a adaptarem sua oferta turística, criando produtos e atrações cinematográficas. **Cabaceiras, a "Roliúde Nordestina": efeitos do cinema nas atrações e nos produtos da oferta turística** apresenta, tendo como base a cidade de Cabaceiras, na Paraíba, a influência do cinema no desenvolvimento de destinos turísticos a partir da apropriação de filmes pela formulação e oferta de produtos e atrativos turísticos relacionados ao cinema. É possível perceber algumas semelhanças entre as ações tomadas na cidade de Cabaceiras e outros casos internacionais: criação de ícones capazes de formar ou fortalecer a imagem de uma cidade, o desenvolvimento de atrativos turísticos e a sinalização de locais usados como cenários. Durante o processo de apropriação do cinema pela atividade turística, os autores alertam para os possíveis impactos negativos: as exigências do enredo de alguns filmes podem alterar a arquitetura de prédios da cidade, danificando a preservação e manutenção do patrimônio. É importante que os impactos negativos não se sobressaiam diante dos positivos e, ainda, que o número de beneficiados com a produção fílmica seja o mais abrangente possível.

Superando a arapuca do senso comum: turismo de ou em favelas? O caso Vidigal-RJ analisa o turismo que ocorre na favela do Vidigal e cria um contraponto que desmistifique o senso comum que tende a compreender esse tipo de atividade como uma segmentação turística: o turismo de favelas. Essa segmentação turística surge de maneira equivocada, pois retrata, de forma genérica e reducionista, a atividade nesses locais: consumo da pobreza. Afirma-se que o elemento pobreza não é a principal forma de consumo do fluxo no Vidigal, desconstruindo a arapuca do senso comum sobre as favelas. Compreende-se também que o turismo em favelas representa uma prática exploratória, se manifestando com característica mercadológica e contraditória: a favela surge tanto como elemento principal e secundário, na intenção de consumo e no consumo de fato. Para o autor, ir além do turismo em favelas é alcançar o turismo com a favela, onde grupos de interesse constituam as áreas de decisões e ações, construindo uma atividade com um olhar de dentro para fora e que leve em conta alguns elementos: a história, cultura, meio ambiente e o fator econômico, em pé de igualdade. Consiste em reconfigurar o elemento central do turismo no Vidigal: a favela deixaria de surgir como elemento principal, sendo substituída pela vivência do morador.

A música se apresenta como potencial para travar discussões, reflexões e promover relações em diferentes contextos, uma delas a interação entre memória, identidade e bens culturais, elementos fundamentais para a construção de uma cultura, bem como a promoção turística de uma área e a formação de um imaginário turístico. **Memória, Patrimônio, Identidade e Turismo: o bairro da Lapa em Três Tempos** analisa a capacidade da música em registrar e evidenciar aspectos culturais, relacionados às memórias e aos bens culturais do bairro da Lapa, na cidade do Rio de Janeiro, que contribuem, em parte, para a criação de sua identidade e para sua atividade turística. Foram selecionadas

as canções "Lapa em Três Tempos", samba-enredo da Portela, de 1971, e "Eu Vou Pra Lapa", canção interpretada pela cantora Alcione.

O posicionamento de uma atração turística para o desenvolvimento cultural de um território é um instrumento importante para o planejamento e a gestão do turismo. Os Online Travel Reviews (OTRs) assumem uma importância para o posicionamento de produtos, serviços e destinos turísticos no contexto global das viagens. O Bonde de Santa Teresa é alvo dos OTRs e, portanto, torna-se objeto desta pesquisa. Esse transporte constitui-se numa atração turística, e embora tenha parte do seu trajeto inserido no Bairro de Santa Teresa, nota-se a sua relação com o bairro da Lapa: o passeio liga o centro a Santa Teresa passando pelos Arcos da Lapa. Neste cenário, **O bonde de Santa Teresa e o bairro da Lapa na Cidade do Rio de Janeiro: análises com base nas Online Travel Reviews** analisa o posicionamento do Bonde de Santa Teresa em relação ao bairro da Lapa na Cidade do Rio de Janeiro a partir das OTRs. Foi constatada uma correlação bastante significativa entre o bonde e o bairro da Lapa, sendo os Arcos da Lapa um elemento relevante. O meio de transporte é percebido como um passeio e logo como experiência turística. Inovações relacionadas ao turismo voltadas para o desenvolvimento cultural na Lapa devem considerar fortemente as dinâmicas de apropriação do território que emergem do Bonde de Santa Teresa.

Boa leitura!

Deborah Moraes Zouain

Diretora e Editora