

Editorial

A Educação em Turismo tem sido tema de discussões mais acentuadas a partir da década de 1990. Tais discussões permeiam várias temáticas, como:

- o posicionamento de cursos técnicos, sequenciais, tecnológicos e bacharelados – educação técnica x educação superior;
- a qualidade *versus* quantidade de cursos de bacharelado – a dicotomia ensino superior público *versus* ensino superior privado;
- os conteúdos disciplinares e a organização curricular em frente ao perfil profissiográfico e a áreas de atuação dos formados.

São variadas as opiniões de estudiosos, profissionais, estudantes e “interessados” nessas temáticas, que ora se apresentam similares, ora contraditórias, em maior ou menor grau de convergência. No entanto, parece haver unanimidade, no âmbito da última temática, referente à necessidade do desenvolvimento de competências empreendedoras na formação do Bacharel em Turismo. Daí a primeiro artigo desta edição, que enfoca a construção e gestão dessas competências no âmbito de todo o projeto pedagógico do Curso.

Como contribuição aos conteúdos disciplinares dos cursos superiores em Turismo, seguem-se três artigos. Parte-se da influência do grau de comprometimento e conhecimento prévios dos turistas para a eleição de destinos turísticos, para em seguida tratar de um tipo de turismo atualmente em destaque: o turismo cultural na Vila de Paranapiacaba (São Paulo) – preservação e interpretação do patrimônio ferroviário.

Em seguida, apresentam-se mais três artigos que, além de “somar pontos” ao conhecimento turístico e, portanto, aos conteúdos disciplinares, resgata a trajetória da política de turismo no Brasil, de 1930 aos dias atuais, mostrando as articulações entre o poder público e a iniciativa privada; discute a promoção turística com base em “sites” de turismo dos governos estaduais brasileiros; e analisa o marketing turístico em uma unidade de conservação – o Parque Nacional do Iguaçu – a partir das imagens da vida selvagem de animais na composição do produto turístico.

O último artigo, propositadamente assim colocado, provoca a refle-

xão sobre a criação da identidade regional para compreender a Terra do Fogo como um destino turístico emergente.

Para despertar realmente o interesse de você, nosso leitor, transcrevemos pequenos trechos destes seletos estudos, de autoria tanto de renomados quanto de emergentes pesquisadores:

As atitudes devem ser valorizadas, visto que o ser empreendedor é uma forma comportamental e varia conforme o contexto em que está inserido.

O grau de envolvimento do consumidor representa um fator-chave, tanto do processo de 'servicición' quanto do processo de consumo.

O destino que agrega ao seu produto turístico um trecho de ferrovia, poderá gerar um diferencial em relação aos destinos que consideram os transportes um componente meramente do acesso.

Em que pese as ambigüidades da ação governamental que vislumbra a democratização do turismo interno, são evidentes os reflexos das diretrizes da Política Nacional do Turismo.

Destinos que não disponibilizam informações eletrônicas terão uma significativa desvantagem em relação aos outros, na disputa pelo fluxo turístico, quantitativa e qualitativamente.

Áreas de vida selvagem que apresenta vocação turística vêm se preparando para melhor inserir o turista nesse espaço, propiciando melhor qualificação na experiência do turista.

As práticas sociais e as representações moldadas por elas recriam ou resignificam o conteúdo das representações do espaço turístico.

Mirian Rejowski¹

Editora

1. Bacharel em Turismo, Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação, e Livre-Docente em Teoria do Turismo e do Lazer pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Professora Associada e Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. Professora Visitante do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.