



EDITORIAL

Esse número da Turismo em Análise está recheado de estudos relacionados direta ou indiretamente à comunicação, sejam falando de informação, relações gerenciais, marketing, pesquisa de opinião ou eventos. São artigos vindos de diferentes partes do país que contribuem para confirmar a íntima relação de nossa área de estudos com a Ciência da Comunicação, justificando a existência do curso de Turismo na Escola de Comunicações e Artes da USP.

Assim, convido a todos à leitura dos dez artigos que estão na seguinte sequência:

Percepción de los Residentes sobre el Desarrollo del Turismo Costero en el Municipio de Garopaba - SC: una propuesta metodológica, trabalho apresentado no 5o CLAIT realizado na EACH em 2012 que trata de procedimentos metodológicos empregados para definir indicadores de turismo sustentável para verificar como os residentes do município de Garopaba percebem a sustentabilidade ou a massificação do turismo.

As Transformações das Redes de Negócios de Turismo na Perspectiva da Teoria Social: o caso da Vila de Paranapiacaba - SP, este artigo constata que a forma e o conteúdo das relações, entre os envolvidos com a atividade turística, mudam conforme os objetivos econômicos e políticos e que na atualidade predominam, na área de estudo, as atividades de turismo que regulam as relações sociais e de negócios.

Análise da Gestão da Informação na Secretaria de Estado do Turismo do Paraná – SETU - PR, estudo avalia que, através da implantação da metodologia Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR), a SETU/PR estrutura um sistema de informação de nível estratégico e gerencial, mas não configura a interoperabilidade entre os diversos sistemas de informação já utilizados pela organização, resultando na não otimização de dados, informações e conhecimentos.

Fatores Determinantes da Oferta Turística na Baía de Camamu (BA) para o Planejamento do Turismo e Desenvolvimento Local, artigo estuda a percepção dos visitantes e da comunidade local para estabelecer um índice de adequação dos componentes ao desenvolvimento da atividade turística e identifica que estes públicos tem avaliações similares em relação às



características do lugar e quais precisam ser contempladas no planejamento da atividade turística.

Marketing de Relacionamento: um estudo em pousadas de Marechal Floriano - ES, trabalho que descreve as ações de marketing de relacionamento que pousadas estão utilizando junto a seus clientes e identifica que essas ações se restringem à adoção do atendimento cordial, o contato com os clientes por telefone para comunicar eventos, a estruturação de banco de dados e o estabelecimento de parcerias com empresas vizinhas.

Acessibilidade em Turismo: a acessibilidade dos surdos aos serviços turísticos de Goiânia - GO, o estudo identifica que há demanda por viagens em grupo por parte dos surdos pesquisados e constata que a maior dificuldade de acessibilidade do surdo está na comunicação, em que se pesa o fato de a maioria dos funcionários de empreendimentos turísticos não ter conhecimento ou conhecer superficialmente a Língua Brasileira de Sinais.

Análise do Relacionamento da Cadeia de Suprimentos do Setor de Serviços de Eventos em Goiânia - GO, artigo que procura analisar como o relacionamento na cadeia de suprimentos do setor de eventos pode agregar valor ao consumidor final e conclui que há uma defasagem entre a realidade da cadeia de suprimentos estudada com os conceitos de relacionamento encontrados na literatura.

Estruturação de Processos na Área de Eventos: um estudo de caso em uma empresa em Santa Maria - RS, o trabalho analisa os processos organizacionais existentes em uma empresa de eventos, resultando na elaboração de fluxogramas e procedimentos operacionais das principais atividades e na proposição de padrões de rotinas diárias e estratégias para guiar a organização no alcance de seus objetivos.

Festa Temática: da tradição à Modernidade, este trabalho discute a falta de autenticidade das festas temáticas em relação às culturas locais, analisando o percurso histórico das festas, na Modernidade, a partir da presença das grandes exposições mundiais europeias da segunda metade do século XIX e a influência do Carnaval a partir da segunda metade do século XX.

Lecturers' perceptions on the student voice on quality in tourism higher education in Brazil, esta pesquisa, que também foi apresentada no 5o CLAIT, revela que docentes são receptivos à ideia de ouvir a voz do estudante, mas poucos usam uma abordagem sistemática e formal para ouvir seus alunos por acreditarem que tal tarefa seja responsabilidade das instituições. Afere



também que as instituições não fazem bom uso dos dados coletados por meio de autoavaliações (autoavaliações) e em casos raros em que ações são empreendidas com base na voz do estudante há pouco esforço para mostrar aos alunos que as suas demandas deram origem às ações.

Aproveitem a leitura !

Debora Cordeiro Braga
Editora Científica