



12.edição

# FCGTurH'24

Fórum Científico de Gastronomia,  
Turismo e Hotelaria



18e19  
NOV  
2024

**BALNEÁRIO CAMBORIÚ - SANTA CATARINA**

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



Ficha catalográfica

F779 Fórum científico de gastronomia, turismo e hotelaria (12. : 2024 : Balneário Camboriú, SC).

FCGTurH'24 [recurso eletrônico] : Fórum científico de gastronomia, turismo e hotelaria: 18 e 19 novembro de 2024. Anais / Universidade do Vale do Itajaí. Vice-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão. Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria. Escola de Negócios, Educação e Comunicação – Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2024.

Encontro realizado no período de 18 de novembro a 19 de novembro de 2024.

1. Gastronomia - Eventos. 2. Turismo. 3. Hotelaria. I. Título.

CDU: 641:380.5

*Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central Comunitária – UNIVALI*

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



### Comissão Organizadora e Científica

Ana Paula Lisboa Sohn, D.ra

Emiliana Da Silva Campos Souza, M.a

Francine Simas Neves, M.a

Luciano Torres Tricarico , D.r

Marcos Arnhold Junior , D.r

Pablo Flôres Limberger, D.r

Renato Buchele Rodrigues, D.r

Rodolfo Wendhausen Krause, D.r

Rogério Corrêa, D.r

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## Sumário

PLANEJAMENTO DE DESTINOS URBANOS OU RURAIS .....	8
POSICIONAMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS DE VINHO: ANÁLISE ATRAVÉS DOS WEBSITES OFICIAIS DAS VINÍCOLAS.....	9
GEOPARQUE E O MARKETING TOURISM: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO PERÍODO DE 2014 a 2024 NA SCOPUS.....	10
O USO DE PAISAGENS ENOTURÍSTICAS EM WEBSITES DE VINÍCOLAS PRODUTORAS DE VINHO FINO DE ALTITUDE: A SERRA CATARINENSE	11
ENSAIO TEÓRICO SOBRE INFRAESTRUTURA DE ACESSO AO PRODUTO TURÍSTICO.....	12
O APOIO DOS RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL, MODELADO ATRAVÉS DE REDE NEURAL ARTIFICIAL.....	13
MITIGANDO A INTENÇÃO DE DEIXAR A CIDADE POR MEIO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DO DESTINO TURÍSTICO .....	14
COORRELAÇÕES MÚTUAS ENTRE A ARQUITETURA, O URBANISMO E O PLANEJAMENTO URBANO COM O TURISMO EM PUBLICAÇÕES ACADÊMICAS-CIENTÍFICAS NO IDIOMA ESPANHOL.....	15
DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE E REGENERATIVO- DTRI: UM NOVO PARADIGMA PARA OSÉCULO XXI.....	16
TURISMO RELIGIOSO: ESPAÇOS SAGRADOS E PROFANOS.....	17
TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E TURISMO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA.....	18
INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA .....	19
IMPACTO DA GOVERNANÇA NA INOVAÇÃO DO TURISMO INTELIGENTE .....	20
USOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MARKETING TURÍSTICO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA.....	21
INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NO MODELO DE MICROMOBILIDADE URBANA DA TEMBICI .....	22
INOVAÇÃO ALIMENTAR E EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DAS INTERAÇÕES ENTRE MEMÓRIA, AFETIVIDADE E COGNIÇÃO.....	23
DISTRAÇÃO DIGITAL E A RELAÇÃO COM A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA..	24
CAPITAL SOCIAL: COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTOS EM CLUSTERS TURÍSTICOS .....	25
EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA .....	26

Realização:



Vice-Reitoria de  
 Pesquisa, Pós-Graduação  
 e Extensão

Programa de  
 Mestrado e Doutorado  
 em Turismo e Hotelaria

Escola de  
 Negócios, Educação  
 e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



A IMPORTÂNCIA DOS CURSOS DE PÓS GRADUAÇÃO EAD NO TURISMO, GASTRONOMIA E HOTELARIA: INOVAÇÃO, FLEXIBILIDADE E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL. ....	27
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA GASTRONOMIA: PERSONALIZANDO O APRENDIZADO E REDEFININDO O FUTURO CULINÁRIO.....	28
TURISMO E MARKETING EDUCACIONAL: ASPECTOS RELEVANTES PARA A ATRAÇÃO DOS ESTUDANTES AOS CURSOS DE GASTRONOMIA .....	29
SMART TURISMO VERSUS TURISMO COGNITIVO: O SURGIMENTO DE UM PROFISSIONAL BRICOLER .....	30
TEORIA GERAL DOS SISTEMAS APLICADA A GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES TURISTICAS A PARTIR DE UM RECORTE BIBLIOGRÁFICO. ....	31
DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ÉTNICAS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA .....	32
DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E OS GEOPRODUTOS GASTRONÔMICOS DO CAÇAPAVA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO. ....	33
FRÜSTÜCK: HERANÇA CULTURAL NO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ.....	34
A ALIMENTAÇÃO DOS KAINGANG DA TERRA INDÍGENA DO IVAÍ-PR POR UMA PERSPECTIVA CULTURAL E GASTRONÔMICA.....	35
O MOVIMENTO COMFORT FOOD E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A MEMÓRIA E IDENTIDADE GASTRONÔMICA LOCAL: ESTUDO DE CASO EM FORTALEZA-CE.....	36
SANTUÁRIOS CATÓLICOS EM SANTA CATARINA E OS SIGNIFICADOS PARA O TURISMO RELIGIOSO NOS DESTINOS TURÍSTICOS .....	37
DIÁLOGO E REFLEXÕES ENTRE PATRIMÔNIO E TURISMO.....	38
AQUILOMBAMENTO E DESCOLONIZAÇÃO DO CONHECIMENTO: ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA SOBRE AFROTURISMO .....	39
O PAPEL DO TURISMO CULTURAL NA INCLUSÃO SOCIAL E VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA DOS IDOSOS: ESTUDO SOBRE O PROGRAMA UNITERCI.....	40
A PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA COLETIVA NO TEMPLO DEDICADO A SÃO FRANCISCO DE ASSIS – BELÉM/ PA .....	41
FESTIVAIS, SEGURANÇA E A EXPERIÊNCIA FEMININA: A PERCEPÇÃO DAS MULHERES NA OKTOBERFEST DE BLUMENAU.....	42
HOSPITALIDADE E PRÁTICAS RESTAURATIVAS NA UNIDADE PRISIONAL DE ITAPEMA: UM CAMINHO PARA RESSOCIALIZAÇÃO E HUMANIZAÇÃO DO SISTEMA PRISIONAL BRASILEIRO ? .....	43
CONSTRUÇÕES IMAGÉTICAS POR MEIO DO FOLKTURISMO NO TERREIRO VIRTUAL.....	44
DIMENSÕES AMBIENTAIS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA ...	45

Realização:



Vice-Reitoria de  
 Pesquisa, Pós-Graduação  
 e Extensão

Programa de  
 Mestrado e Doutorado  
 em Turismo e Hotelaria

Escola de  
 Negócios, Educação  
 e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



SUSTENTABILIDADE E ENOTURISMO: ANÁLISE DOS FATORES QUE TORNAM OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DAS VINÍCOLAS DE SÃO JOAQUIM SUSTENTÁVEIS.....	46
A QUESTÃO AMBIENTAL E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO.....	47
UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE TURISMO SUSTENTÁVEL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA): CONTRIBUIÇÕES E PERSPECTIVAS .....	48
IA E PERSONALIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA PARA TURISTAS COM ALERGIAS ALIMENTARES .....	49
CONDUTOR AMBIENTAL LOCAL COMO PROMOTOR DA SUSTENTABILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS.....	50
DESCARBONIZAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS: UMA VISÃO CONCEITUAL À LUZ DAS CIÊNCIAS.....	51
GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA .....	52
INTERSEÇÃO ENTRE GOVERNANÇA DE DADOS, SOBERANIA DIGITAL E COLONIALISMO DIGITAL NO TURISMO .....	53
DESAFIOS NA COOPERAÇÃO DO TURISMO NÁUTICO DE FLORIANÓPOLIS/SC .....	54
SEGMENTAÇÃO DE SEGUIDORES DE INFLUENCIADORES DE VIAGEM: UM ESTUDO BASEADO EM CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS .....	55
A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO COMPORTAMENTO E NAS ESCOLHAS DOS TURISTAS: UM ESTUDO COM OS JOVENS .....	56
O PAPEL DO ESTADO DE FLUXO NA CORRIDA DE AVENTURA: EFEITOS NA SATISFAÇÃO E BEM-ESTAR DE TURISTAS PRATICANTES .....	57
OCEANIC AQUARIUM: AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO.....	58
DA TEORIA À PRÁTICA: UMA ANÁLISE DE SEGMENTAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DA AGÊNCIA DE TURISMO UBUNTUR EM TIETÊ-SP. ....	59
CAPACIDADES DINÂMICAS NA PANDEMIA: ANÁLISE SOBRE OPORTUNIDADES E DESAFIOS ASSOCIADOS ÀS CAPACIDADES DE ABSORÇÃO E INOVAÇÃO EM AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO NA CIDADE DE SÃO PAULO – SP .....	60
O PAPEL DO MARKETING NO CONTEXTO DE RESTAURANTES SUSTENTÁVEIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA.....	61
GASTRONOMIA CIRCULAR: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA .....	62
HAMBURGUERIAS ARTESANAIS EM ANÁLISE: USO DO CLIENTE OCULTO PARA MEDIR QUALIDADE EM DIFERENTES CENÁRIOS DE DEMANDA TURÍSTICA.....	63
DECISÃO DE ESCOLHA DE RESTAURANTES A PARTIR DAS EMOÇÕES DE RESIDENTES EM DESTINOS TURÍSTICOS CRIATIVOS.....	64

Realização:



Vice-Reitoria de  
 Pesquisa, Pós-Graduação  
 e Extensão

Programa de  
 Mestrado e Doutorado  
 em Turismo e Hotelaria

Escola de  
 Negócios, Educação  
 e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



A RELEVÂNCIA DA OFERTA GASTRONÔMICA DO DESTINO TURÍSTICO DE FORTALEZA .....	65
GEOPARQUE, O GEOTURISMO E A INVENTARIAÇÃO DOS GEOSÍTIOS: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO PERÍODO DE 2010 a 2023.	66
AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO MUNICÍPIO DE MULUNGU-CEARÁ .....	67
A QUARTA COLÔNIA PARA O TURISMO OU O TURISMO PARA A QUARTA COLÔNIA? .....	68
TURISMO EM CLUSTERS DE MODA .....	69

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## PLANEJAMENTO DE DESTINOS URBANOS OU RURAIS

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## POSICIONAMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS DE VINHO: ANÁLISE ATRAVÉS DOS WEBSITES OFICIAIS DAS VINÍCOLAS.

**Alan Elysson de França Araújo, ~**  
UNIVALI, [Alan.sobral14@hotmail.com](mailto:Alan.sobral14@hotmail.com)  
**Luiz Carlos da Silva Flores,**  
UNIVALI, [luiz.flores@univali.br](mailto:luiz.flores@univali.br)

### RESUMO

Posicionamento estratégico é a imagem que se busca incutir na mente dos potenciais clientes, que hoje estão utilizando a internet e mídias sociais para decidirem o próximo destino e realizarem o planejamento de viagem. Num destino turístico de vinho, as vinícolas são os principais atrativos ofertando passeios, degustações de vinho, gastronomia e até venda de vinhos. Dessa forma os sites da vinícolas são os principais recursos utilizados pelos potenciais turistas. O Vale dos Vinhedos é o principal destino de enoturismo no Brasil e dessa forma é o nosso objeto de pesquisa. Nesse contexto definiu-se como objetivo analisar o posicionamento de um destino enoturístico através dos websites oficiais das vinícolas locais. Para a análise foram utilizados os recursos do site Vale dos Vinhedos (Aprovale, 2023). Neste, constam 29 vinícolas, sendo que foram selecionadas oito vinícolas, três classificadas como “boutique” e cinco de pequeno porte e familiares, todas contendo receptivos e atividades enoturísticas. Como resultado, verificou-se que as vinícolas observadas possuem um posicionamento positivo para o enoturismo, precisando aperfeiçoar a indicadores de integração externa.

**Palavras-chave:** Posicionamento. Destinos turísticos. Enoturismo.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **GEOPARQUE E O MARKETING TOURISM: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO PERÍODO DE 2014 a 2024 NA SCOPUS.**

**Angela Maria Carrión Carracedo Ozelame**

Dra. em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - [angelacarrion.tur@gmail.com](mailto:angelacarrion.tur@gmail.com)

**Luiz Carlos da Silva Flores**

Dr. em Engenharia de Produção, UNIVERSIDADE DO Vale do Itajaí –  
[luiz.flores@univali.br](mailto:luiz.flores@univali.br)

**Fabírcia Durieux Zucco**

Dra. em Administração, Universidade do Vale do Itajaí –  
[fabricia.zucco@univali.br](mailto:fabricia.zucco@univali.br)

**Ana Lúcia Olegário Saraiva**

Dra. em Turismo e Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – [ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br](mailto:ana.saraiva@osorio.ifrs.edu.br)

### **RESUMO**

O objetivo deste estudo é realizar uma análise bibliométrica na produção acadêmica, nas temáticas geoparque e marketing turístico. Como procedimentos metodológicos da análise bibliométrica, utilizou-se as bases de dados da *Scopus* e o PRISMA com processo de amostragem, com as palavras-chave: “Geopark” e “Marketing Tourism”, na linha temporal de 2014 a 2024, resultando em 15 artigos científicos. Observou-se quatro clusters com palavras-chave em número 2 de ocorrência, as quais estão mais citadas pelos autores em suas publicações no período. Consta-se que o tema Geoparque é recente nas investigações científicas, com as primeiras publicações em 2009, sendo a proposta da UNESCO em gestão de território, um dos precursores para um modelo sustentável, inclusivas às comunidades existentes no geoparque. Evidenciou que os geoparques vem se fortalecendo na divulgação e aplicação da gestão do marketing para a disseminação da identidade cultural do território.

**Palavras-chave:** Geopark. Marketing Tourism e Produção Científica.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## O USO DE PAISAGENS ENOTURÍSTICAS EM WEBSITES DE VINÍCOLAS PRODUTORAS DE VINHO FINO DE ALTITUDE: A SERRA CATARINENSE.

**Eduardo Luiz Moura Sobânia**

Mestrando, UNIVALI, [sobania@edu.univali.br](mailto:sobania@edu.univali.br)

**Giancarlo Philippi Zacchi**

Doutor em Design, UFSC/UNIVALI/FCAM – [gianpzacchi@gmail.com](mailto:gianpzacchi@gmail.com)

**Luis Carlos da Silva Flores**

Doutor em Engenharia de Produção, UNIVALI, [luiz.flores@univali.br](mailto:luiz.flores@univali.br)

### RESUMO

O vinho como bebida que está ligado a história das civilizações possibilita o desenvolvimento do enoturismo. O objetivo do presente trabalho é verificar como as paisagens enoturísticas estão sendo tratadas em projetos de *websites* das vinícolas da Serra Catarinense. Para atingimento deste objetivo desenvolveu-se uma matriz de análise contendo os seguintes indicadores: acessibilidade, usabilidade e *afordance*, enoturismo, funcionalidade, configuração e engajamento ativo e criativo, que juntos reúnem vinte e cinco parâmetros de análise binária. Os resultados apontam que em certa medida as vinícolas apresentam avanços na utilização de recursos digitais, ao mesmo tempo apontam lacunas sobretudo no engajamento ativo e criativo. Conclui-se que é necessário que as vinícolas aprimorem os canais digitais com vistas a potencialização de sua capacidade empreendedora e promotora de experiências enoturísticas memoráveis.

**Palavras-chave:** Vinho. Enoturismo. Paisagens.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## ENSAIO TEÓRICO SOBRE INFRAESTRUTURA DE ACESSO AO PRODUTO TURÍSTICO

### **Lorenzo Machado Braga**

Aluno do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio pelo Instituto Federal Catarinense (IFC), lorenzobrago@gmail.com

### **Luiz Henrique Prudêncio Lima**

Aluno do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino Médio pelo Instituto Federal Catarinense (IFC), luishenriwue254@gmail.com

### **Sinval Pereira Júnior**

Doutorando em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Professor do Instituto Federal Catarinense (IFC), sinval.pereira@ifc.edu.br

### **Patricia Kellen Pereira**

Especialista em Gestão de Bibliotecas Escolares pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Instituto Federal Catarinense (IFC), patricia.pereira@ifc.edu.br

## RESUMO

O presente ensaio teórico tem como objetivo resgatar a teoria base sobre infraestrutura de acesso ao produto turístico, enfatizando seu impacto na experiência do turista e na competitividade do destino. Os principais aspectos teóricos abordados incluem a interdependência entre infraestrutura, oferta e demanda turística, além do papel crucial da colaboração entre os setores público e privado para garantir a qualidade dos serviços essenciais. As considerações finais destacam que investimentos em infraestrutura são fundamentais não apenas para atrair turistas, mas também para promover um desenvolvimento sustentável que beneficie a comunidade local. Além disso, sugere-se que futuras pesquisas explorem a relação entre melhorias na infraestrutura de acesso e a satisfação do turista, assim como a integração de tecnologias digitais, como aplicativos de mapeamento, para otimizar a experiência e a acessibilidade nos destinos turísticos.

**Palavras-chave:** Turismo. Infraestrutura de Acesso. Ensaio Teórico.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## O APOIO DOS RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL, MODELADO ATRAVÉS DE REDE NEURAL ARTIFICIAL.

**Edar da Silva Anana**

edaranana@gmail.com

**Cristiane Berselli**

cristiane.berselli@gmail.com

**Fabírcia Durieux Zucco**

fabriciazucco@hotmail.com

**Cynthia Morgana Boos de Quadros**

cynthia@furb.br

**Marcio Rodolfo Paasch**

marcio.paasch@gmail.com

### RESUMO

O trabalho analisa o apoio ao desenvolvimento do turismo, dos moradores de Blumenau-SC, cujas atitudes foram modeladas através da Topology Representing Networks, uma rede neural concebida especialmente para a prototipação de respondentes. A pesquisa utiliza dados de 1642 residentes maiores de 18 anos, que foram gentilmente cedidos pelo Projeto Focus 1, da FURB. Ao todo foram modeladas 15 variáveis conceituais e de atitude (Apêndice 5), as quais permitiram o agrupamento das amostras em quatro segmentos razoavelmente homogêneos, que foram cruzados com três variáveis de opinião sobre o desenvolvimento do turismo. O resultado permitiu prototipar quatro tipos de residentes: um grupo majoritário com certa predileção pelos conflitos políticos, baixa aceitação a negros e indígenas, e aversão ao movimento LGBTQIA+; um grupo minoritário formado por pessoas preconceituosas, avessas ao turismo; e dois grupos com perfis pacifistas, que juntos representam cerca de 47% da amostra, ambos bastante abertos ao desenvolvimento do turismo.

**Palavras-chave:** Apoio ao Turismo, Segmentação Post-Hoc, Redes Neurais Artificiais.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## MITIGANDO A INTENÇÃO DE DEIXAR A CIDADE POR MEIO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DO DESTINO TURÍSTICO

**Sandra de Oliveira**

Graduanda em Administração, Universidade do Vale do Itajaí –  
osandrade98@gmail.com

**Tércio Pereira**

Doutorado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – terciop@univali.br

### RESUMO

Este estudo investiga a influência da responsabilidade social do destino (RSD) sobre o empoderamento dos residentes e a sua relação com a intenção de deixar a cidade. Para isso, foi aplicada uma pesquisa quantitativa com residentes da Costa Verde & Mar. A análise de dados foi realizada com o software SmartPLS, utilizando modelagem de equações estruturais. Os resultados revelam que a RSD tem uma influência positiva sobre o empoderamento psicológico, político e social dos residentes. Esse empoderamento, por sua vez, está relacionado à percepção dos benefícios do turismo e à redução da intenção de deixar a cidade. Em particular, o empoderamento social mostrou-se fundamental para fortalecer a coesão comunitária, o que diminui a intenção de êxodo. Além disso, a percepção de benefícios turísticos não teve um impacto direto significativo na decisão de saída dos residentes. As implicações práticas sugerem que gestores públicos e planejadores de destinos turísticos devem incorporar a RSD em suas estratégias, promovendo a participação ativa dos moradores para garantir o desenvolvimento sustentável do turismo e a satisfação da comunidade local.

**Palavras-chave:** responsabilidade social do destino; empoderamento; intenção de êxodo; turismo sustentável; coesão comunitária.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## COORRELAÇÕES MÚTUAS ENTRE A ARQUITETURA, O URBANISMO E O PLANEJAMENTO URBANO COM O TURISMO EM PUBLICAÇÕES ACADÊMICAS-CIENTÍFICAS NO IDIOMA ESPANHOL

### **Luiz Robério F. Dias**

Doutorando em Turismo e Hotelaria (PPGTH/UNIVALI); Mestre em Arquitetura e Cidade (PPGAC/UVV - 2023); Especialista em Planejamento Urbano (PRPOUR/UFRGS/UNIVALI - 1997); Arquiteto e Urbanista (FAU/UGF - 1993).

Email: roberio@edu.univali.br

### **Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora em Engenharia de Produção (PPGEP/UFSC - 2015), com sanduíche na Universidade do Minho (PT); Mestra em Relações Internacionais no Mercosul (UNISUL - 2004); Especialização em Gestão de Empresas (UFSC - 1999); Graduação em Administração (UFSC - 1996); Graduação em Pedagogia (UDESC - 1993).

Email: anasohn@univali.br

### **Marcos Arnhold Junior**

Doutor em Turismo e Hotelaria (PPGTH/UNIVALI - 2017); Mestre em Planejamento Turístico (PPGTH/UNIVALI - 2006), Especialista em Planejamento, Gestão e Marketing Turístico (UNIVALI - 2004); Graduação em Turismo e Hotelaria (UNIVALI - 2000).

Email: marcosjunior@univali.br

## RESUMO

Este estudo explora as correlações mútuas entre arquitetura, urbanismo, planejamento urbano e turismo, com foco em como essas áreas se relacionam nas pesquisas acadêmicas-científicas em âmbito global. O objetivo foi oferecer uma visão atual através de uma revisão sistemática da literatura acadêmica global sobre as interações entre arquitetura, urbanismo, planejamento urbano e turismo. Utilizou-se uma revisão sistemática da literatura espanhola base de dados Scopus. As palavras-chave "arquitectura", "urbanismo", "planificación urbana" e "turismo", foram empregadas para o levantamento bibliométrico. Os resultados mostraram uma correlação tímida, com o turismo apresentando a maior conexão com urbanismo e planejamento urbano. A pesquisa revela que a cooperação entre essas áreas é ainda incipiente, tanto no cenário global quanto no Brasil, apontando para novas oportunidades para acadêmicos e profissionais. O estudo preenche lacunas na literatura e sugere diretrizes para futuras pesquisas, destacando a importância da interdisciplinaridade para avanços significativos nas práticas e pesquisas acadêmicas-científicas.

**Palavras-chave:** Turismo; Correlação; Pesquisas acadêmicas-científicas.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE E REGENERATIVO- DTRI: UM NOVO PARADIGMA PARA OSÉCULO XXI

**Ana Paula Lisboa Sohon**

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), [anasohn@univali.br](mailto:anasohn@univali.br)

**Carlos Alberto Tomelin**

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), [tomelin@univali.br](mailto:tomelin@univali.br)

**Márcia Sarubbi Lippmann**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI),  
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), [sarubbi@univali.br](mailto:sarubbi@univali.br)

### RESUMO

O conceito de Destinos Turísticos Inteligentes e Regenerativos (DTIR) representa uma nova fronteira para o turismo no século XXI, onde tecnologia e justiça social se unem em prol de um desenvolvimento verdadeiramente sustentável. Esses destinos, ao integrar ferramentas como a Internet das Coisas (IoT), big data e inteligência artificial, conseguem não apenas aprimorar a experiência dos visitantes, mas também reduzir significativamente o impacto ambiental e potencializar os benefícios para as comunidades locais. A inclusão de práticas de Justiça Restaurativa é fundamental para fortalecer os laços sociais, promovendo a coesão e a resolução pacífica de conflitos. Assim, tanto turistas quanto residentes podem coexistir em um ambiente harmonioso e colaborativo. A análise de casos como Benidorm e Leeds nos inspira a acreditar que o equilíbrio entre inovação tecnológica e responsabilidade social é o caminho para transformar o turismo em um agente de regeneração social e ambiental, criando um legado positivo para as futuras gerações.

**Palavras-chave:** Destinos Turísticos Inteligentes. Justiça Restaurativa. Inovação.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## TURISMO RELIGIOSO: ESPAÇOS SAGRADOS E PROFANOS

**Antônio Jorlan Soares de Abreu**

Mestrando em Turismo, UFPR, antonio.abreu@ufpr.br

**Daniel Aguirre Campos**

Mestrando em Turismo, UFPR, daniel.aguirre@ufpr.br

### RESUMO

Os discursos e os roteiros turísticos do segmento religioso ganham espaço a cada dia, seja nas agências de viagens, na academia ou nos centros religiosos que criam ou ampliam espaços para receber um público-alvo específico ou curiosos. Nosso objetivo é refletir a respeito de um paradigma que foi a criação de um santuário dedicado à Lúçifer em Gravataí-RS e a estátua do Cristo Protetor na cidade de Encantado-RS. O método empregado foi a análise do discurso e o netnográfico, devido ao fluxo de notícias que circularam em torno desses dois espaços, enquanto fenômeno cultural na Internet. A análise permite inferências acerca da liberdade de expressão, do estado laico, dos espaços criados com fins de monetização e da pluralidade de crenças que os espaços de turismo religioso são capazes de agregar.

**Palavras-chave:** Turismo. Religião. Redes sociais digitais.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E TURISMO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

**Juliana Niehues Gonçalves de Lima**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI),  
Professora da Universidade Federal do Rio Grande (FURG),  
julianalimafurg@gmail.com

**Sinval Pereira Júnior**

Doutorando em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI),  
Professor do Instituto Federal Catarinense (IFC), sinvaljunior@gmail.com

**Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina  
(UFSC), Professora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), anasohn@univali.br

### RESUMO

A temática transferência de conhecimento tem sido adotada como campo de pesquisa no contexto da gestão organizacional na área do turismo. O objetivo geral deste estudo foi analisar o panorama atual da literatura acadêmica sobre transferência de conhecimento e turismo a partir de um estudo bibliométrico. Os achados revelam um crescimento gradativo ao longo dos anos, demonstrando o interesse acadêmico pelo tema. O principal autor identificado foi Rodolfo Baggio, tanto em volume de produções como número de citações. Outro aspecto relevante demonstrou que quatro, entre os seis principais autores, estão ligados em uma rede de coautoria. Além disso, a revista científica Sustainability (Switzerland) indexa o maior número de publicações sobre o tema. E, por fim, os dois artigos com maior volume de citações versam sobre a transferência de conhecimento numa perspectiva de rede, indicando um campo para evolução das discussões acadêmicas desse campo de estudos.

**Palavras-chave:** Transferência de Conhecimento. Turismo. Bibliometria.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## INOVAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## IMPACTO DA GOVERNANÇA NA INOVAÇÃO DO TURISMO INTELIGENTE

### **Daniel Aguirre Campos**

Mestrando no Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo da UFPR. E-mail:  
aguirrems@gmail.com

### **Elaine Cristina da Luz**

Mestranda no Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo da UFPR. E-mail:  
elaini.daluz@gmail.com

### **Fabienne Louise Triebess de Moura**

Mestranda no Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo da UFPR.  
Membro do Grupo de Pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado – TEEM. E-mail:  
fabienne.moura@ufpr.br

### **Juliana Medaglia**

Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Professora Associada do Departamento de  
Turismo da UFPR (graduação e mestrado). Líder do Grupo de Pesquisa Turismo,  
Educação, Emprego e Mercado - TEEM. E-mail: juliana.medaglia@ufpr.br

### **Thays Cristina Domareski Ruiz**

Coordenadora e Professora do Curso de Turismo da UFPR. Doutora em Geografia pela  
(UFPR). Líder do Grupo de Pesquisa: Turismo, Marketing e Competitividade - TMC -  
(UFPR) E-mail: thaysruiz@ufpr.br

## RESUMO

A governança no turismo inteligente desempenha um papel crucial na implementação de tecnologias inovadoras, visando criar experiências sustentáveis e personalizadas para os visitantes. Esse estudo adotou uma abordagem metodológica qualitativa, utilizando uma revisão bibliográfica para investigar o impacto da governança na inovação no turismo inteligente na cidade de Curitiba, Paraná. Governança eficaz envolve transparência, cooperação e participação de diversos setores, como governos, empresas e comunidades. A digitalização no turismo facilita a mobilidade e o uso de soluções inteligentes, essenciais para enfrentar os desafios urbanos causados pelo aumento de turistas. O Vale do Pinhão em Curitiba destaca-se como um hub de inovação, impulsionando eventos que promovem o turismo inteligente. Dessa forma, a governança fortalece o ecossistema de inovação ao conectar stakeholders, criando sinergias que beneficiam tanto o desenvolvimento econômico quanto a adoção de tecnologias no setor turístico.

**Palavras-chaves:** Turismo; Governança; Inovação; Turismo Inteligente

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## USOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MARKETING TURÍSTICO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

**Jairo Jeronimo Coelho de Souza Filho**

Mestrando em Turismo e Hotelaria pela Univali Campus Balneário Camboriú/SC

e-mail: jairojcsf@gmail.com

**Luciana Vargas**

Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Univali Campus Balneário Camboriú/SC

e-mail: lucyanavargas@hotmail.com

### RESUMO

A Inteligência Artificial (IA) está revolucionando diversos aspectos da vida cotidiana, incluindo a forma de fazer o turismo. No âmbito do marketing turístico, está assumindo papel fundamental na era digital, oferecendo oportunidades que podem gerar ganhos substanciais ao segmento. Apesar de sua relevância como motor de competitividade, há escassez de estudos sistemáticos sobre o uso da IA no marketing turístico. O estudo realiza a revisão sistemática de pesquisas científicas publicadas até julho/24, analisando 68 publicações a partir de 175 registros encontrados na base de dados Scopus. Utilizando o software VOSviewer, foram examinados citações, cocitações, palavras-chave, autores, periódicos, universidades e países com pelo menos 2 ocorrências. A análise revelou 9 clusters temáticos: marketing, marketing turístico, realidade virtual, tecnologias de IA, big data, turismo Inteligente, Comércio, Inteligência Artificial, Turismo. A principal contribuição do estudo é identificar as IA utilizadas no marketing para desenvolver o turismo, discutidas até o momento. Os resultados revelam uma grande lacuna na literatura e apontam a necessidade de mais estudos integrados sobre o tema.

**Palavras-chave:** Inteligência Artificial. Marketing. Turismo.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NO MODELO DE MICROMOBILIDADE URBANA DA TEMBICI

**Bruno Homann Zilli**

Bacharel em Turismo pela UFPR. Mestrando em Turismo no PPGTurismo UFPR. E-mail: bruno.homann@ufpr.br

**Ingrid. B. S. de Lima Aguiar**

Mestranda em Turismo no PPGTurismo UFPR. E-mail: ingrid.aguiar@ufpr.br

**Thays Domareski Ruiz**

Coordenadora e Professora do Departamento de Turismo da UFPR. E-mail: thaysruiz@ufpr.br

### RESUMO

A micromobilidade é um avanço tecnológico, que busca solucionar os problemas causados pelo aumento de tráfego nas cidades mais urbanizadas. Este estudo analisa a Tembici, uma startup brasileira de micromobilidade, destacando sua importância no contexto urbano e turístico. A Tembici oferece um serviço de bicicletas compartilhadas por meio de aplicativo, promovendo uma alternativa sustentável ao transporte motorizado. A pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa e a análise SWOT para entender o modelo de negócios da empresa, que se beneficia da economia compartilhada e de parcerias estratégicas, como com o Itaú e iFood. Além disso, a Tembici implementa inovações tecnológicas, como estações inteligentes e monitoramento via IoT e Inteligência Artificial, otimizando a experiência do usuário e contribuindo para a mobilidade urbana. O estudo conclui que a Tembici é um modelo de sucesso para mobilidade sustentável, enfatizando a importância de investimentos contínuos em infraestrutura e tecnologia.

**Palavras-chave:** Turismo. Transporte. Sustentabilidade. Inovação. Economia Compartilhada.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



**INOVAÇÃO ALIMENTAR E EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS: UMA  
ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DAS INTERAÇÕES ENTRE MEMÓRIA,  
AFETIVIDADE E COGNIÇÃO.**

**Andreza de Matos**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI e  
email para contato

**Sara Joana Gadotti dos Anjos**

Doutor em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, pablofl@univali.br

**Pablo Flôres Limberger**

Doutora em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, sara@univali.br

**RESUMO**

Este estudo apresenta uma análise bibliométrica abrangente das pesquisas sobre experiências gastronômicas, focando na interseção entre inovação alimentar, memória, afetividade e cognição. Utilizando a base de dados Scopus, foram analisados 38 artigos publicados entre 2013 e 2024. A pesquisa empregou técnicas de visualização e análise de coocorrência de palavras-chave para identificar tendências emergentes e lacunas na literatura. Os resultados revelam um crescimento exponencial de publicações a partir de 2020, destacando a crescente importância do tema. Dez clusters temáticos foram identificados, abordando tópicos como inovação alimentar, comportamento do consumidor, sustentabilidade e emoções. O estudo destaca a importância da inovação e multissensorialidade no enriquecimento das experiências gastronômicas, oferecendo insights valiosos para pesquisadores e profissionais da indústria.

**Palavras-chave:** Experiências gastronômicas, inovação alimentar, memória, afetividade, cognição, análise bibliométrica.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DISTRAÇÃO DIGITAL E A RELAÇÃO COM A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

### **Tércio Pereira**

Doutorado em Turismo e Hotelaria, Professor na Universidade do Vale do Itajaí,  
terciop@univali.br

### **Pablo Flôres Limberger**

Doutorado em Turismo e Hotelaria, Professor na Universidade do Vale do Itajaí,  
pablofl@univali.br

### **Lucimari Acosta Pereira**

Doutorado em Turismo e Hotelaria, Professora na Universidade Federal de Pelotas,  
lucimari.svp@gmail.com

### **Felipe Silva Spigoti**

Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, f.spigoti@gmail.com

### **Ricardo Saraiva Frio**

Doutorado em Administração, Professor na Universidade Federal do Rio Grande,  
ricardo.frio@yahoo.com.br

## RESUMO

A distração digital refere-se ao fenômeno onde a atenção de um indivíduo é desviada devido ao uso de dispositivos digitais, como smartphones, tablets e computadores. Isso geralmente acontece em situações onde a atenção contínua a uma tarefa, conversa ou atividade seria o esperado ou necessário. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a distração digital na qualidade da experiência turística. Para alcançar este objetivo foi aplicado uma pesquisa qualitativa com 62 entrevistados. Os dados coletados foram submetidos a uma análise de conteúdo. Os resultados destacam que o uso automático de dispositivos digitais influencia tanto a distração digital positiva quanto a negativa, sendo as conexões sociais e a facilitação tecnológica fatores importantes. Além disso, a distração digital tem um impacto direto nas experiências emocionais, influenciando a qualidade da experiência turística, o que sugere um modelo teórico abrangente para analisar essa relação.

**Palavras-chave:** Distração digital; Qualidade da experiência; Experiência emocional turística; Impactos da distração digital; Pontos positivos e Negativos.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## CAPITAL SOCIAL: COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTOS EM CLUSTERS TURÍSTICOS

José Osvaldo Coninck

### RESUMO

As pequenas e médias empresas que operam em destinos turísticos são incentivadas a organizarem-se em clusters, como estratégia de sobrevivência. Neste arranjo, estabelecem-se redes, que compartilham diferentes bases de conhecimento, incentivadoras de inovações. Como recurso estratégico, o capital social permite o desenvolvimento de um ambiente cooperativo, que incentiva ações coletivas, que possam mobilizar recursos para garantir o sucesso da inovação. É vetor agregador de sinergias, estimula coesão comunitária, estabelece níveis de confiança, fazendo com que as empresas desenvolvam parcerias múltiplas e intraorganizacionais. Diante desse cenário, o presente artigo objetiva compreender as dinâmicas envolvidas nas conexões entre clusters turísticos, compartilhamento de conhecimentos, inovação e capital social. Trata-se de pesquisa qualitativa de caráter exploratório descritivo que coletou dados nas bases Scopus, EBSCO host e GOOGLE SCHOLAR, PPGTUR da EACH-USP e periódicos nacionais e internacionais, além de dissertações e teses sobre a temática. Em termos teóricos, a pesquisa forneceu conhecimentos relativos ao capital social, como recurso estratégico e facilitador do compartilhamento de conhecimentos em clusters, que permite agregar valor, renovar ou melhorar o produto turístico.

**Palavras-chave:** clusters turísticos. compartilhamento de conhecimentos. capital social. inovação.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A IMPORTÂNCIA DOS CURSOS DE PÓS GRADUAÇÃO EAD NO TURISMO, GASTRONOMIA E HOTELARIA: INOVAÇÃO, FLEXIBILIDADE E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL.

**Thais Gomes Torres**  
thaisturis@gmail.comSim  
**Bruna Morante Lacerda Martins**  
brunamorante@furg.br

### RESUMO

A evolução tecnológica, somada à crescente demanda por modalidades de ensino flexíveis, trouxe à tona a importância dos cursos 100% EAD (Educação a Distância). Esse modelo permite que profissionais em diferentes estágios de carreira tenham acesso a uma formação contínua, sem as barreiras geográficas e de tempo. Quando aplicada ao turismo, gastronomia e hotelaria, a Educação a Distância oferece oportunidades para a capacitação em escala, promovendo a inovação e desenvolvimento das competências necessárias para enfrentar os desafios contemporâneos desses setores. Diante dessa realidade, a Universidade Federal do Rio Grande- FURG vem, desde o ano de 2000, atuando junto a comunidade acadêmica para implantação de programas de educação à distância e mais recentemente aprovou o curso de especialização em Turismo e Desenvolvimento Regional, na modalidade EAD visando capacitar profissionais nos setores de turismo, gastronomia e hotelaria, utilizando tecnologias emergentes, para proporcionar uma experiência de aprendizado inovadora, prática e transformadora.

**Palavras-chave:** Educação à distância, Capacitação profissional, tecnologias emergentes.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA GASTRONOMIA: PERSONALIZANDO O APRENDIZADO E REDEFININDO O FUTURO CULINÁRIO

**Me. Rita de Cássia Resende Lopes Oliveira**

Magíster en Ciencias de la Educación, Facultad Interamericana de Ciencias Sociales (FICS), caialopes@hotmail.com

**Dra. Ana Cabanas**

PhD in Philosophy, Facultad Interamericana de Ciencias Sociales (FICS), anakabanass@gmail.com

### RESUMO

O estudo explora o impacto da Inteligência Artificial na educação e na formação profissional na Gastronomia, destacando a capacidade de personalizar o aprendizado, criando ambientes virtuais de simulação para a promoção de práticas mais sustentáveis. Nesse sentido, o objetivo deste estudo é ponderar sobre a correlação entre a inteligência artificial e a personalização do aprendizado com ênfase nas práticas sustentáveis no ensino de gastronomia. Para este estudo descritivo se aplicou a técnica de revisão bibliográfica. Por isso, entende-se que a Inteligência Artificial ajusta o conteúdo educacional ao ritmo dos estudantes, possibilitando que avancem progressivamente, desde técnicas básicas até criações mais complexas. Ademais, facilita o aprendizado contínuo de profissionais do setor, proporcionando insights sobre tendências e auxiliando na gestão de recursos. Portanto, conclui-se que a tecnologia otimiza a eficiência nas cozinhas, reduz o desperdício de alimentos e promove o uso de ingredientes locais e sazonais, integrando a sustentabilidade às operações gastronômicas.

**Palavras-chave:** Inteligência Artificial. Educação. Gastronômica. Sustentabilidade Personalização do Ensino.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **TURISMO E MARKETING EDUCACIONAL: ASPECTOS RELEVANTES PARA A ATRAÇÃO DOS ESTUDANTES AOS CURSOS DE GASTRONOMIA**

**Cláudia Alberici Stefenon,  
Helena Biasotto**

### **RESUMO**

Este artigo de revisão de literatura versa sobre a aplicação do marketing educacional direcionado aos cursos superiores de gastronomia, considerando as tendências atuais e os desafios da área, como por exemplo, o impacto econômico do turismo culinário, o número de graduados, o cenário competitivo e a importância de estratégias proativas na captação de alunos. Também são discutidos aspectos de relevância neste cenário, tais como a abordagem sobre o valor e os benefícios de buscar uma educação gastronômica, oportunidades e perspectivas de carreira, qualidade dos programas acadêmicos, experiência do corpo docente, instalações, identidade e reputação da instituição, bem como, a interação direta com os setores integrantes desta cadeia. Assim, foi possível inferir que compreender as necessidades da sociedade atual, aliada à inovação e adaptação contínua às demandas e expectativas do segmento da hospitalidade, é de fundamental importância na captação de alunos e no êxito das instituições de ensino superior.

**Palavras-chave:** Gastronomia, Marketing Educacional, Educação, Ensino Superior

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## SMART TURISMO VERSUS TURISMO COGNITIVO: O SURGIMENTO DE UM PROFISSIONAL BRICOLER

**Gilberto Luiz de Souza Paula**

Doutor em Física Aplicada, UFSC, gilbertosouzapaula@gmail.com

**Giancarlo Philippi Zacchi**

Doutor em Design, UFSC/UNIVALI/FCAM, gianpzacchi@gmail.com

**Luis Carlos da Silva Flores**

Doutor em Engenharia de Produção, UNIVALI, luiz.flores@univali.br

### RESUMO

O artigo trata sobre as modificações ocorridas no setor turístico em decorrência do avanço da tecnologia tal como o advento do turismo inteligente e do turismo cognitivo. As duas abordagens alinham-se na acessibilidade, personalização, foco no usuário e sustentabilidade para melhorar a experiência dos usuários e atender às suas modernas demandas. Resultam no surgimento do profissional bricolert, indivíduo com múltiplas habilidades. O objetivo do presente trabalho é caracterizar o perfil necessário deste bricolert, que lida com o avanço tecnológico e as dinâmicas humanas e culturais. A pesquisa foi realizada por meio de uma revisão sistemática nos bancos de dados da Web of Science e SCOPUS, seguida de uma análise bibliométrica e entrevistas com especialistas de Recursos Humanos. Os resultados apontam que o bricolert precisa desenvolver dez competências além da necessidade de integrar o uso de novas tecnologias à cognição humana. Conclui-se no centro dessas discussões, que o profissional bricolert em destinos turísticos deve ser capaz de articular um conjunto multifacetado de competências que gerem inovações simples, memoráveis com vistas à transição ecológica.

**Palavras-chave:** Turismo. Sistema. Transformações, Bricolert. Bricolagem.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



**TEORIA GERAL DOS SISTEMAS APLICADA A GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS A PARTIR DE UM RECORTE BIBLIOGRÁFICO.**

**Ana Laura Silveira Garcia**

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo FURG - analaurasilveiragarcia@gmail.com

**Carlos Alberto Tomelin**

Doutor - UNIVALI Universidade do Vale do Itajai - tomelin@univali.br

**Paulo Costa de Moura**

Doutorando UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo paulo.moura@ifac.edu.br

**Renato Buchele Rodrigues**

Doutor - UNIVALI Universidade do Vale do Itajai - renatobr@univali.br

**RESUMO**

A Teoria Geral dos Sistemas (TGS), criada por Bertalanffy, oferece uma abordagem holística que vê os elementos de um sistema como interdependentes, desafiando o reducionismo. No turismo, a TGS permite uma análise integrada das interações entre infraestrutura, serviços e atrações, promovendo gestão sustentável. Este estudo, baseado em uma revisão bibliográfica de teses e dissertações da Capes de 2023 a 2024 em português, investiga a aplicação da TGS em organizações turísticas. Os resultados mostram diversidade metodológica, mas também lacunas que indicam a necessidade de integrar a TGS com práticas turísticas. O estudo visa contribuir para políticas públicas e práticas organizacionais eficazes, fundamentadas em uma visão sistêmica.

**Palavras-chave:** Teoria Geral dos Sistemas, Gestão Sustentável, Turismo, Interdependência.

Realização:



Vice-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão

Programa de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria

Escola de Negócios, Educação e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ÉTNICAS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



**DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E OS GEOPRODUTOS  
GASTRONÔMICOS DO CAÇAPAVA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO.**

**Alice Leoti**

Doutora em Turismo e Hotelaria, Mestra em Memória Social e Patrimônio Cultural,  
Turismóloga, Universidade Federal do Pampa, aliceleoti@hotmail.com

**Alexandre Caldeirão Carvalho**

Doutor em Administração, Mestre em Gerenciamento Costeiro, Administrador,  
Universidade Federal do Pampa, alexandrecarvalho@unipampa.edu.br

**Juliana Rose Jasper**

Doutoranda e Mestre em Turismo e Hospitalidade, Turismóloga, Universidade Federal  
do Pampa, julianajasper@unipampa.edu.br

**RESUMO**

O Caçapava Geoparque Mundial da UNESCO, localizado no município de Caçapava do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil, é um território reconhecido pela sua diversidade cultural e natural. O ensaio discute a conexão entre os geoprodutos gastronômicos, denominados GEOFOOD, e o desenvolvimento territorial, com base nas contribuições teóricas de Milton Santos (2005) e Dieter Rugard Siedenberg (2004). Os GEOFOODs integram a valorização da culinária local com o fortalecimento da identidade cultural, preservação das tradições e promoção do turismo. O desenvolvimento do território deve ir além do crescimento econômico, valorizando a cultura local e garantindo a inclusão das comunidades na formulação das estratégias de desenvolvimento. A partir dessa reflexão teórica, constata-se que um desenvolvimento territorial deve ser colaborativo, considerando tanto o espaço físico quanto as experiências vividas no território, com o objetivo de promover práticas sustentáveis e inclusivas.

**Palavras-chave:** Caçapava Geoparque Mundial da UNESCO. GEOFOOD. Milton Santos. Dieter Rugard Siedenberg. Turismo.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **FRÜSTÜCK: HERANÇA CULTURAL NO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ**

**Juliana Sá Holz**

Graduada em Gastronomia, MBA em Gestão da Gastronomia, Faculdade SENAC Blumenau, juliana.sa@sc.senac.br

**Albio Fabian Melchiorretto**

Doutor em Desenvolvimento Regional, Faculdade SENAC Blumenau, albio.melchiorretto@gmail.com

### **RESUMO**

O Frühstück é uma tradicional refeição de origem germânica. Para alguns é o primeiro café, para outros, o segundo café da manhã. Diante deste contexto a pesquisa visa compreender as transformações da tradição germânica do Frühstück no contexto contemporâneo do Médio Vale do Itajaí. A metodologia baseia-se em entrevistas semiestruturadas com moradores locais e análise das transformações de hábitos alimentares. A pergunta norteadora da pesquisa é, quais as principais mudanças e permanências, na prática do Frühstück ao longo das gerações? A pesquisa sugere que, embora alguns aspectos originais foram modificados devido a múltiplas influências. A prática permanece, de certa forma, utilizada-a como símbolo de pertencimento e identidade cultural na região.

**Palavras-chave:** Gastronomia; Café da manhã; Médio Vale do Itajaí

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



BALNEÁRIO  
CAMBORIÚ  
& VISITORS  
BUREAU

## A ALIMENTAÇÃO DOS KAINGANG DA TERRA INDÍGENA DO IVAÍ-PR POR UMA PERSPECTIVA CULTURAL E GASTRONÔMICA.

**Maria Fernanda Ferreira Soster**

Graduanda em Gastronomia, Universidade do Vale do Itajaí,  
mffsoster@gmail.com

**Leila Aparecida da Costa**

Doutora, Universidade do Vale do Itajaí,  
leilacosta@univali.br

### RESUMO

Pesquisa realizada na Terra Indígena do Ivaí - PR, com o intuito de explorar tradições alimentares, preferências culinárias, métodos de preparo de alimentos e outros aspectos relacionados à alimentação dos indígenas Kaingang. A importância da temática da pesquisa se dá pelo caráter de urgência da preservação de conhecimentos ancestrais, desmistificação da culinária dos povos originários e pela sua contribuição para a área de gastronomia brasileira. Como objetivo, destaca-se a compreensão da alimentação dos indígenas da referida comunidade e seus aspectos históricos, culturais e alimentares. O estudo foi dividido em duas fases, inicialmente, foi conduzida uma revisão teórica para a coleta de informações, estudos anteriores e dados pertinentes ao tema em análise. A segunda etapa do estudo consistiu em uma pesquisa de campo realizada na Terra Indígena do Ivaí localizada nos municípios de Manoel Ribas e Pitanga, no Paraná, tendo como instrumento de coleta de dados um questionário semiestruturado. Os entrevistados relataram que compartilham entre eles as principais plantas e frutas coletadas, além das proteínas provenientes de caça e pesca. Demonstraram também preocupação com a preservação das técnicas ancestrais, preparações tradicionais, memórias sobre alimentação, cultura e comida de celebrações, alertando sobre as mudanças perceptíveis nos hábitos alimentares nos últimos anos.

**Palavras-chave:** Cultura indígena Kaingang; Gastronomia brasileira.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **O MOVIMENTO COMFORT FOOD E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A MEMÓRIA E IDENTIDADE GASTRONÔMICA LOCAL: ESTUDO DE CASO EM FORTALEZA-CE**

### **Valônia de Araújo Oliveira**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Univali. Atualmente é professora efetiva do Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza. E-mail: valonia@ifce.edu.br

### **Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina UFSC com sanduíche na Universidade do Minho (PT). Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI. E-mail: anasohn@univali.br

### **Diva de Mello Rossini**

Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí e Pós-doutorado em Arquitetura pela Universidade de Lisboa. Professor titular da Universidade do Vale do Itajaí nos cursos de Arquitetura e Urbanismo, Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria. E-mail: divarossini@univali.br

### **Caroline Reinaldi Groth**

Mestranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Univali. caroline.reinaldi@yahoo.com.br

## **RESUMO**

A gastronomia é um setor dinâmico, constantemente adaptado às mudanças do mercado, e o movimento Comfort Food emerge como uma tendência significativa, buscando proporcionar sensações de bem-estar, conforto e nostalgia aos indivíduos, muitas vezes por meio de pratos que remetem à infância. Contudo, há o risco de receitas tradicionais serem substituídas ou esquecidas, comprometendo a preservação da identidade gastronômica local. Este trabalho tem como objetivo analisar o papel do Comfort Food na conservação da gastronomia regional e na valorização das tradições culinárias locais. O estudo de caso foi realizado em um restaurante de Fortaleza-CE, utilizando uma abordagem qualitativa, técnicas de revisão bibliográfica e observação direta intensiva. Os resultados indicam que o Comfort Food pode, de fato, ser uma ferramenta eficaz para o fortalecimento e preservação da identidade gastronômica local, contribuindo para a manutenção desse patrimônio imaterial.

**Palavras-chave:** Confort Food. Gastronomia. Identidade. Memória.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **SANTUÁRIOS CATÓLICOS EM SANTA CATARINA E OS SIGNIFICADOS PARA O TURISMO RELIGIOSO NOS DESTINOS TURÍSTICOS**

**Anderson Sartori**

Doutor em Turismo e Hotelaria, IFC – Campus Sombrio, anderson.sartori@ifc.edu.br

**Giovanna Santos Cardoso**

Discente do Curso Técnico em Informática para Internet, IFC – Campus Sombrio,  
giovannacardoso.ifc@gmail.com

### **RESUMO**

O turismo vem contribuindo para alterar as relações entre o sagrado e o profano nos destinos, com a crescente busca por experiências religiosas e culturais pelos turistas. Os santuários religiosos, principalmente no século XXI, passaram a se preocupar com esta demanda, que possui expectativas e necessidades diferentes do devoto ou peregrino. Santuário Nacional de Nossa Senhora Conceição Aparecida e Santuário Santa Paulina são exemplos deste processo no Brasil, com modificações espaciais e de acolhimento frente aos novos significados do turismo religioso. Desta forma, esta pesquisa tem por objetivo identificar os santuários católicos em Santa Catarina e compreender os sentidos e significados atribuídos ao turismo religioso nos destinos. A pesquisa tem características qualitativa e descritiva, com os dados coletados na documentação indireta, na plataforma de avaliação TripAdvisor e com a análise de conteúdo do referencial bibliográfico e dos dados coletados. Foram identificados 20 santuários católicos em Santa Catarina, sendo que 4 possuem avaliações significativas na plataforma e localizados em regiões turísticas consolidadas ou em consolidação. A divulgação midiática dos santuários católicos é um fator importante para a procura de turistas, sendo devotos ou não. A bibliografia sobre turismo religioso e turismo em santuários católico é escassa, sendo um campo para desenvolvimento para pesquisas em turismo, em diferentes âmbitos. Também para pesquisas futuras, a dinâmica turística do Complexo do Louvor merece análises, bem como os significados que outros santuários possuem em suas regiões turísticas ou não. Este trabalho contou com uma bolsa PIBIC-EM, através do CNPq-Brasil.

**Palavras-chave:** Turismo. Turismo religioso. Santuários. Turistas. Devotos.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DIÁLOGO E REFLEXÕES ENTRE PATRIMÔNIO E TURISMO.

**Felipe Borborema Cunha Lima**

Turismólogo. Mestre e Doutor em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). Estágio Pós-Doutoral em Patrimônio e Turismo (UNIVILLE). Professor do Colégio de Aplicação da Univali. Membro do Grupo de Pesquisa TerroirTur (UFPR). E-mail: felipe.2650959@univali.br

### RESUMO

É mister que o turismo utiliza os patrimônios como um dos elementos estruturantes, não obstante, essa relação reverbera impactos positivos e negativos. Esta pesquisa objetiva problematizar os usos e as funções sociais atribuídos ao moinho do portico da cidade de Joinville enquanto recurso de fomento turístico e seus desdobramentos como estratégias de proteção e no processo de objetificação mercadológica da cultura pelo turismo. O percurso metodológico é qualitativo, exploratório, com pesquisa bibliográfica, documental e mapeamento da imagem do moinho do portico de Joinville e adota critérios analíticos baseados em Geertz (2008) e Vilches (1995). Os resultados apontam que embora o uso turístico tenha criado barreiras para a ativação patrimonial do moinho, o bem adquiriu novas funções para além do lazer, passando a simbolizar a cidade. Desse modo o uso turístico do moinho, estimula a salvaguarda do bem e assume o papel de repostório da memória e da identidade local.

**Palavras-chave:** Patrimônio Cultural. Turismo. Moinho de Joinville.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **AQUILOMBAMENTO E DESCOLONIZAÇÃO DO CONHECIMENTO: ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA SOBRE AFROTURISMO**

**Lucimari Acosta Pereira**

Doutora e Mestra em Turismo e Hotelaria, Turismóloga, Universidade Federal de Pelotas, lucimari.svp@gmail.com

**Alice Leoti**

Doutora em Turismo e Hotelaria, Mestra em Memória Social e Patrimônio Cultural, Turismóloga, Universidade Federal do Pampa, aliceleoti@hotmail.com

**Rariel dos Santos Cruz**

Mestrando em Turismo e Hotelaria, Turismólogo, Universidade do Vale do Itajaí, rarielcruz03@gmail.com

### **RESUMO**

Este estudo buscou fazer uma análise bibliográfica da produção científica sobre afroturismo, com base em uma revisão bibliográfica de artigos acadêmicos. Utilizando o banco de dados Redalyc, inicialmente foram identificados 53 artigos, dos quais 45 foram descartados por não discorrerem diretamente acerca do tema. A análise bibliográfica dos oito artigos selecionados destaca a necessidade de descolonizar o conhecimento no turismo, promovendo o afroturismo e fortalecendo comunidades quilombolas. O estudo evidencia a importância do turismo de base comunitária (TBC) e a participação ativa das comunidades locais na preservação do conhecimento histórico e cultural afrodescendente. Além disso, destaca lacunas nas pesquisas, como a interseccionalidade entre raça e gênero no turismo, e a falta de representatividade acadêmica das comunidades afrodescendentes.

**Palavras-chave:** Afroturismo. Comunidades quilombolas. Descolonização do conhecimento. Inclusão no turismo. Representatividade cultural.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **O PAPEL DO TURISMO CULTURAL NA INCLUSÃO SOCIAL E VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA DOS IDOSOS: ESTUDO SOBRE O PROGRAMA UNITERCI**

**Jonathan Rodrigues Nunes**

Mestrando do Programa de pós Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. jonathanrodrigues@hotmail.com

**Jamilly de Kassia Raimunda Rodrigues Nunes**

Graduanda em Bacharelado em Serviço Social. Universidade Federal do Pará – UFPA. Jamilly15nunes@gmail.com

**Leticia Bianca da Silva Cruz**

Graduanda em Bacharelado em Serviço Social. Universidade Federal do Pará – UFPA. Leticiabiancasc06@gmail.com

### **RESUMO**

O envelhecimento acelerado da população brasileira exige políticas públicas que promovam um envelhecimento saudável e inclusivo. O turismo cultural surge como uma ferramenta promissora, permitindo que os idosos se reconectem com sua história e identidade cultural, além de promover o diálogo entre gerações. O objetivo deste estudo é analisar como o turismo cultural pode ser utilizado como um meio eficaz de inclusão social e valorização da memória entre os idosos, tomando como base o projeto de extensão da Universidade da Terceira Idade. O Programa de Extensão UNITERCI, da UFPA, é um exemplo de sucesso, proporcionando atividades culturais e educativas que integram os idosos ao patrimônio histórico-cultural local. Essas atividades ajudam a fortalecer a cidadania e a inclusão social dos participantes, além de fomentar o empoderamento e o papel dos idosos na transmissão de saberes para as gerações mais jovens. O estudo sobre o UNITERCI evidencia o impacto positivo do turismo cultural na preservação da memória e na promoção de um envelhecimento ativo, destacando a importância de iniciativas que valorizam o idoso na sociedade contemporânea.

**Palavras-chave:** envelhecimento, turismo cultural, inclusão social, patrimônio imaterial, intergeracionalidade.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA COLETIVA NO TEMPLO DEDICADO A SÃO FRANCISCO DE ASSIS – BELÉM/ PA

**Jonathan Rodrigues Nunes**

Mestrando do Programa de pós Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. jonathanrodrigues@hotmail.com

**Diva de Melo Rossini**

Professora do curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria, curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Vale do Itajaí. Graduada em Arquitetura e Urbanismo (Univali), Mestre em Engenharia de Produção (UFSC), Doutora em Administração e Turismo (Univali) e Pós doutoramento em Arquitetura realizado na Universidade de Lisboa (PT)

### RESUMO

A pesquisa aborda a presença dos capuchinhos no Pará desde 1803, destacando seu papel na evangelização e na construção da Igreja de São Francisco de Assis. O objetivo da pesquisa é Compreender a preservação das memórias dos paroquianos da Paróquia São Francisco de Assis ao longo do tempo, com foco nas transformações sociais e arquitetônicas da igreja e seu papel como patrimônio cultural na comunidade de Belém. A metodologia incluiu entrevistas com paroquianos idosos, revelando como a memória coletiva é preservada e moldada por experiências compartilhadas. Os relatos evidenciam a transformação da paróquia, de um espaço elitista para um ambiente mais inclusivo, ressaltando a importância da igreja na vida da comunidade. O tombamento como Patrimônio Material do Estado do Pará, em 2022, assegura a preservação de sua relevância histórica e cultural, conectando a memória coletiva à preservação física do templo.

**Palavras-chave:** Memória Coletiva; Capuchinhos; Patrimônio Cultural; Memória Oral.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **FESTIVAIS, SEGURANÇA E A EXPERIÊNCIA FEMININA: A PERCEPÇÃO DAS MULHERES NA OKTOBERFEST DE BLUMENAU.**

**Thaynara Letícia Kuhn**

Mestranda em Administração, Universidade Regional de Blumenau (FURB),  
tkuhn@furb.br

**Fernanda Schroeder Macha Ostetto**

Doutoranda em Desing, Universidade da Região de Joinville (Univille),  
fernandasmo@furb.br

**Nicole Cristina Rodrigues**

Mestranda em Administração, Universidade Regional de Blumenau (FURB),  
ncrodrigues@furb.br

**Julia Trainoti**

Mestranda em Administração, Universidade Regional de Blumenau (FURB),  
juliaalmeida@furb.br

**Nayara Reis**

Graduada em Educação Física, Uniasselvi, reissnay@gmail.com

### **RESUMO**

Eventos turísticos, como a Oktoberfest, atraem um grande número de visitantes e desempenham um papel significativo na economia local e na promoção da cultura regional, tornando-se importantes ferramentas de marketing de destinos. Neste contexto, o presente estudo teve como objetivo analisar o perfil das mulheres participantes da Oktoberfest, investigando suas percepções de inclusão, respeito, segurança e conforto durante o evento. A pesquisa foi realizada por meio de um questionário online, com uma amostra de mulheres de diferentes idades e rendas. Os resultados indicaram que, embora a maioria das participantes se sinta incluída e respeitada, uma parcela expressiva relatou desconforto em relação à ideia de frequentar o evento sozinhas. Além disso, as avaliações sobre o conforto das instalações revelaram espaço para melhorias. O estudo conclui que, apesar da popularidade do evento, questões relacionadas à segurança e ao conforto ainda precisam ser aprimoradas para garantir uma experiência mais acolhedora e segura para as participantes.

**Palavras-chave:** Festivais. Segurança. Inclusão.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **HOSPITALIDADE E PRÁTICAS RESTAURATIVAS NA UNIDADE PRISIONAL DE ITAPEMA: UM CAMINHO PARA RESSOCIALIZAÇÃO E HUMANIZAÇÃO DO SISTEMA PRISIONAL BRASILEIRO ?**

**Márcia Sarubbi Lippmann**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Mestre em Ciência Jurídica pela mesma instituição. Possui pós-graduação em Direito Sistêmico pela FACCONNECT e é Bacharel em Direito pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), sarubbi@univali.br

### **RESUMO**

O estudo, desenvolvido no âmbito do projeto Smart Cities Restaurativas de Itapema, fruto da parceria entre a UNIVALI e a Prefeitura de Itapema, investiga a implementação de práticas de hospitalidade e Práticas Restaurativas na Unidade Prisional de Itapema. Utilizando a teoria da Complexidade de Edgar Morin e a visão em paralaxe de Slavoj Žižek, o estudo avalia o impacto dessas práticas no bem-estar e na ressocialização dos detentos. A pesquisa adota uma abordagem mista, com questionários estruturados que analisam dimensões como privacidade, segurança emocional, relações sociais e oportunidades de auto realização. Os resultados preliminares sugerem que, embora as Práticas Restaurativas sejam reconhecidas por promoverem um ambiente mais humanizado, a violência sistêmica ainda é um obstáculo para sua plena eficácia. O estudo oferece insights importantes para a reforma do sistema prisional brasileiro, inspirando-se no modelo da Storstrøm Prison.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Prisões. Práticas Restaurativas.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## CONSTRUÇÕES IMAGÉTICAS POR MEIO DO FOLKTURISMO NO TERREIRO VIRTUAL.

**Antônio Jorlan Soares de Abreu**

Mestrando em Turismo, UFPR, antonio.abreu@ufpr.br

**Leandro Benedini Brusadin**

Doutor em História-UNESP, UFPR, leandrobrusadin@ufpr.br

### RESUMO

O presente trabalho aborda a rede social instagram, atuando como espaço para a construção de imagens e discursos que refletem as práticas culturais do Bumba Meu Boi de Morros. A pesquisa parte do conceito de folkturismo como significação de consumo cultural, e tem como objetivo analisar os discursos imagéticos produzidos e compartilhados no Instagram do Bumba Meu Boi de Morros (BDM) durante a ritualística de morte do Boi, ocorrida em 2024. Para alcançar esse objetivo fizemos uso da netnografia, análise de discurso e o aporte bibliográfico. O estudo é importante porque aborda uma área emergente que explora a interseção entre cultura tradicional e mídias digitais.

**Palavras-chave:** Redes sociais digitais. Turismo. Cultura.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **DIMENSÕES AMBIENTAIS NA GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **SUSTENTABILIDADE E ENOTURISMO: ANÁLISE DOS FATORES QUE TORNAM OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DAS VINÍCOLAS DE SÃO JOAQUIM SUSTENTÁVEIS.**

**Eduardo Luiz Moura Sobânia,**  
UNIVALI, sobania@edu.univali.br

**Fabricia Durieux Zucco,**  
UNIVALI, fabriciazucco@univali.br

**Luiz Carlos da Silva Flores,**  
UNIVALI, luiz.flores@univali.br

**Samara Hammes,**  
UNIVALI, samarahammes@edu.univali.br

William Mateus de Souza Ferreira, UNIVALI, williammateussf@edu.univali.br

### **RESUMO**

São Joaquim, surgiu no mundo do enoturismo, na década de 90 e hoje é considerada a Capital Catarinense dos Vinhos Finos de Altitude (Sectur, 2024). Com o atual crescimento e desenvolvimento da região turística da serra catarinense, junto ao surgimento de diversas vinícolas e conseqüentemente, o enoturismo, este trabalho aborda a sustentabilidade dentro das vinícolas na serra catarinense. Onde o enoturismo, a atividade turística ligada a este setor vem trazendo ganhos econômicos para os moradores do entorno além de desenvolver as áreas rurais associadas. Com isso, através de um estudo de caso, este estudo busca analisar as práticas sustentáveis aplicadas nos processos de produção nas 15 vinícolas que fazem parte da associação no município de São Joaquim. Bem como, identificar o impacto de tais ações no enoturismo e sua divulgação. Como resultado, observa-se que dentre as vinícolas analisadas, 6 não possuem informações quanto aos processos sustentáveis, 7 possuem ações com redução de aditivos e diminuição de emissões na produção e 6 trabalham com a conservação de água e regeneração do solo.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Enoturismo; Destino sustentável.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A QUESTÃO AMBIENTAL E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

**Ana Laura Silveira Garcia**

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista CAPES, Bacharel em Turismo  
FURG

analaursilveiragarcia@gmail.com

**Sylvia Couto**

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista FAPESC, Especialista em  
Moda, Criação e Produção pela UDESC, Sylviacouto@gmail.com

**Luiz Carlos da Silva Flores**

Professor Doutor Programa de Turismo e Hotelaria , Universidade do Vale do Itajaí,  
luiz.flores@univali.br

### RESUMO

O turismo, segundo a OMT, é uma atividade que promove o desenvolvimento regional ao aproveitar recursos naturais e culturais, mas exige sustentabilidade para equilibrar crescimento econômico com preservação ambiental. Cidades inteligentes, que utilizam tecnologia para aprimorar a experiência turística e a qualidade de vida local, são uma solução para o turismo sustentável. Planejamento adequado é essencial para evitar problemas maiores na atividade. Teorias como ciclos adaptativos e panarquia auxiliam na compreensão e gestão dessas mudanças, promovendo inovações em sistemas menores, que podem influenciar práticas sustentáveis e transformar o setor de maneira positiva.

**Palavras-chave:** Turismo Sustentável. Desenvolvimento Regional. Inteligência Artificial.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE TURISMO SUSTENTÁVEL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA): CONTRIBUIÇÕES E PERSPECTIVAS

### **Adriana M.S. Spindola Correia**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria (PPGTH/UNIVALI), Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTUR/UFPE), Graduada em Hotelaria - UFPE.  
adriana.spindola.correia@gmail.com

### **Jonathan Rodrigues Nunes**

Mestrando do Programa de pós Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI.  
jonathanrodrigues@hotmail.com

### **Samara Hammes**

Mestrando do Programa de pós Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI.  
samarah@edu.univali.br

### **Valônia de Araújo Oliveira**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da UNIVALI. Atualmente é professora efetiva do Instituto Federal do Ceará, campus Fortaleza.  
valonia@edu.univali.br

### **William Mateus de Souza Ferreira**

Mestrando do Programa de pós Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI.  
williammateussf@edu.univali.br

## RESUMO

A atividade turística vem de uma crescente ascensão ao longo das últimas décadas, e é um dos fenômenos econômicos, sociais e culturais mais notáveis de todos os tempos. Junto a isso, temos o surgimento e crescimento da inteligência artificial no turismo, a qual tem oferecido diversas ferramentas para auxiliar no desenvolvimento sustentável dentro de destinos e equipamentos turísticos. Nesse contexto, este estudo busca por meio de uma bibliometria analisar os efeitos da inteligência artificial no turismo sustentável. Para a realização deste estudo, adotou-se uma abordagem quantitativa, por meio de um levantamento bibliográfico na base de dados Scopus em setembro de 2024 com as seguintes palavras-chave: “artificial intelligence” e “sustainable tourism”, critérios foram estabelecidos para seleção das pesquisas. Os resultados da análise dos artigos indicam como temas emergentes: a importância dos recursos naturais e da biodiversidade, segurança e cadeia de suprimentos; hotéis “inteligentes e verdes”; relação entre a satisfação dos turistas e sua percepção do valor das tecnologias inteligentes; a importância da heterointeligência para planejamento de turismo sustentável; a importância da conexão de elementos e ecoturismo e inovações tecnológicas para o desempenho do turismo sustentável.

**Palavras-chave:** Turismo Sustentável. Inteligência artificial. Bibliometria.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## IA E PERSONALIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA PARA TURISTAS COM ALERGIAS ALIMENTARES

**Liliane Grein Beuther**

Nutricionista, Universidade do Vale do Itajaí, lilianegreinbeuther@edu.univali.br

### RESUMO

A busca por experiências gastronômicas seguras para turistas com alergias alimentares tem crescido significativamente, levando à necessidade de soluções inovadoras que garantam a segurança alimentar e a personalização de cardápios. Este estudo explora o uso da inteligência artificial (IA) como uma ferramenta para a detecção de alérgenos e adaptação de menus, oferecendo aos consumidores maior confiança ao escolher refeições adequadas às suas restrições alimentares. Através de uma revisão bibliográfica, foi possível identificar sistemas como o “AlleRT”, que utiliza algoritmos de aprendizado de máquina para filtrar alérgenos automaticamente e recomendar pratos seguros. Essa abordagem tecnológica não só melhora a experiência do turista, mas também auxilia a indústria alimentícia na otimização de seus serviços. No entanto, desafios permanecem, como a ausência de uma padronização global na rotulagem de alérgenos, o que dificulta a integração de dados entre diferentes regiões e culturas. Além disso, o treinamento insuficiente da equipe em restaurantes e hotéis para lidar com as novas tecnologias, bem como os altos custos de implementação, tornam a adoção dessas inovações mais complexa. A pesquisa sugere que, com o desenvolvimento de políticas públicas mais rigorosas e regulamentações claras, além da ampliação de pesquisas futuras, será possível garantir que essas soluções tecnológicas sejam amplamente adotadas, beneficiando tanto os turistas quanto a indústria de hospitalidade e gastronomia.

**Palavras-chave:** Alergias alimentares. Inteligência Artificial. Experiências gastronômicas.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## CONDUTOR AMBIENTAL LOCAL COMO PROMOTOR DA SUSTENTABILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS

### **Sibeli Barbosa Maciel**

Graduanda em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal Catarinense (IFC),  
sibelibmaciel@gmail.com

### **Charles Chaves Ferreira**

Graduando em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal Catarinense (IFC),  
charlesmiserables@gmail.com

### **Sabrine Tusset**

Graduanda em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal Catarinense (IFC),  
sabrinetusset@gmail.com

### **Sinval Pereira Júnior**

Doutorando em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI),  
Professor do Instituto Federal Catarinense (IFC), sinval.pereira@ifc.edu.br

### **Patricia Kellen Pereira**

Especialista em Gestão de Bibliotecas Escolares pela Universidade Federal de Santa  
Catarina (UFSC), Instituto Federal Catarinense (IFC), patricia.pereira@ifc.edu.br

## RESUMO

O estudo aborda o papel dos condutores ambientais locais, reconhecidos pela Portaria MTur n.27 (2014), como promotores da sustentabilidade em destinos turísticos, baseando-se em cinco dimensões-chave para o desenvolvimento sustentável do território: cultural, social, ambiental, econômica e político-institucional. Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa foi analisar o papel do condutor ambiental local como promotor da sustentabilidade em um destino turístico real. Metodologicamente, a pesquisa foi conduzida por meio de uma entrevista estruturada com um condutor que possui mais de 20 anos de experiência no Parque Estadual do Jalapão. Os achados revelam que, apesar de sua contribuição significativa nas dimensões cultural, social, ambiental e econômica, os condutores, muitas vezes, não são incluídos nas decisões sobre turismo local, afetando a dimensão político-institucional. O estudo sugere políticas de reconhecimento para fortalecer a atuação desses profissionais enquanto atores ativos, além de enfatizar a necessidade de mais pesquisas para expandir essa abordagem em diferentes contextos e destinos turísticos.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Destinos Turísticos. Condutor Ambiental Local.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DESCARBONIZAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS: UMA VISÃO CONCEITUAL À LUZ DAS CIÊNCIAS.

**Giancarlo Philippi Zacchi**

Doutor em Design, UFSC/UNIVALI/FCAM – gianpzacchi@gmail.com

**Luis Carlos da Silva Flores**

Doutor em Engenharia de Produção, UNIVALI, luiz.flores@univali.br

### RESUMO

O turismo é um setor que cresce continuamente e vive um paradoxo: depende do clima, mas é responsável por uma parcela significativa da emissão de GEE. Utilizando uma revisão sistemática a pesquisa se classifica como básica, descritivo exploratória, com abordagem qualitativa e procedimento bibliográfico e documental. O objetivo foi analisar reflexivamente o conceito de descarbonização sob as perspectivas geográfica, sociocultural, de engenharia e de gestão de destinos turísticos. Os resultados demonstram que a descarbonização é entendida como um processo multifacetado que envolve mudanças no setor de transportes, modernização da indústria e desenvolvimento verde; é um componente de justiça social e mudança de comportamento; de inovação tecnológica, com foco na transição para energias renováveis. Conclui-se que a compreensão do conceito de descarbonização a partir da visão de outras disciplinas, oportuniza o desenvolvimento de novas alternativas estratégicas para uma jornada climática assertiva e eficiente. Que Promove com mais segurança a perspectiva para atingimento das metas definidas no Acordo de Paris e dos ODS 12 e 13 proposto pela Organização das Nações Unidas.

**Palavras-chave:** Turismo, Descarbonização. Interdisciplinaridade.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **GESTÃO EM GASTRONOMIA, TURISMO E HOTELARIA**

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## INTERSEÇÃO ENTRE GOVERNANÇA DE DADOS, SOBERANIA DIGITAL E COLONIALISMO DIGITAL NO TURISMO

**Lucivan Macena de Carvalho**

Bacharelado em Turismo – UFPE; Especialização em Gestão Ambiental – IFPR;  
Mestrando em Turismo – UFPR; Integrante do Grupo de Pesquisa TerroirTUR-UFPR.  
macena.com@yahoo.com

**Sarah Marroni Minasi**

Bacharelado em Turismo – UFPEL; Mestrado em Desenvolvimento Regional – UNISC;  
Doutorado em Turismo e Hotelaria – UNIVALI. Líder do Grupo de Pesquisa  
TerroirTUR-UFPR. sarahminasi@gmail.com

### RESUMO

A pesquisa investiga como as práticas digitais no turismo podem perpetuar relações de poder semelhantes ao colonialismo histórico. Ao analisar a interseção entre governança de dados, soberania digital e colonialismo digital, o estudo destaca os riscos de uma digitalização que não leve em conta as desigualdades sociais e a importância de proteger a privacidade e a autonomia dos dados. A pesquisa se concentra no turismo paranaense, mapeando a transformação do colonialismo histórico em práticas digitais contemporâneas. A análise abrange os impactos da tecnologia nas interações sociais, na governança de dados e na configuração do trabalho no setor, especialmente com a intensificação da coleta e uso de dados e a precarização do trabalho, similar ao modelo de negócios de plataformas como Uber. O estudo defende a necessidade de uma governança de dados que priorize a proteção da soberania digital das comunidades. Isso implica em garantir a segurança e a privacidade dos dados, promover a inclusão digital e implementar políticas baseadas no consentimento informado e na transparência. Ao mesmo tempo, a pesquisa aponta para a importância de que a digitalização do turismo contribua para o desenvolvimento econômico local, mas de forma justa e equitativa, evitando a concentração de poder e a exploração dos dados. Os resultados da pesquisa evidenciam a necessidade de uma reflexão crítica sobre os impactos da digitalização no turismo. É fundamental desenvolver políticas públicas que garantam que os benefícios da tecnologia sejam acessíveis a todos, evitando a reprodução de desigualdades e a perpetuação de relações de poder desiguais.

**Palavras-chave:** Governança de dados; Soberania digital; Colonialismo Digital; Turismo; Tecnologia.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DESAFIOS NA COOPERAÇÃO DO TURISMO NÁUTICO DE FLORIANÓPOLIS/SC

**Karina Barbosa Poffo Baldaça**

Mestranda, Univali – karina@setur.sc.gov.br

**Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora, Univali – anasohn@univali.br

**Francisco Antonio dos Anjos**

Doutor, Univali – anjos@univali.br

**Marcos Arnhold Junior**

Doutor, Univali – marcosjunior@univali.br

**Filipa Dionísio Vieira**

Doutora, Universidade do Minho – filipa@dps.uminho.pt

### RESUMO

O turismo náutico em Florianópolis apresenta grande potencial devido à sua localização e diversidade natural. No entanto, a cooperação interorganizacional entre empresas e instituições enfrenta desafios, como a falta de liderança e infraestrutura. Este estudo, baseado na teoria de clusters turísticos, investiga o nível de cooperação no setor náutico da cidade, identificando barreiras e propondo estratégias para superá-las, a fim de melhorar a competitividade regional e promover o desenvolvimento sustentável. A pesquisa qualitativa, com entrevistas a oito profissionais do setor, revela que a cooperação é fragmentada, limitada a iniciativas pontuais, e as barreiras incluem falta de políticas públicas, resistência cultural à inovação e ausência de planejamento estratégico de longo prazo. A literatura destaca a importância da cooperação para fortalecer a competitividade e inovação (Porter, 1998; Beni, 2005), mas os resultados mostram que essas práticas ainda estão em estágio inicial em Florianópolis. O estudo conclui que é necessário promover uma cultura de cooperação e investir em infraestrutura e tecnologias inovadoras, como plataformas de smart tourism. Para isso, recomenda-se a criação de uma governança participativa, que inclua políticas públicas eficazes e ações integradas entre o setor privado e público, visando consolidar um cluster náutico que contribua para o crescimento sustentável da região.

**Palavras-chave:** Cluster. Cluster turístico. Cooperação. Turismo Náutico. Florianópolis.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## SEGMENTAÇÃO DE SEGUIDORES DE INFLUENCIADORES DE VIAGEM: UM ESTUDO BASEADO EM CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS

### **Giovanni Augusto Patricio**

Doutorando de Administração, Universidade Regional de Brumenau (FURB) e email:  
gpatricio@furb.br

### **Paulo Sérgio Reinert**

Doutorando de Administração, Universidade do Vale do Itajaí e email:  
paulo.sreinert@gmail.com

### **Gabriel Sudati de Moura**

Mestrando de Administração, Universidade Regional de Brumenau (FURB) e email:  
gabrielsudati98@gmail.com

### **Nayara Reis**

Graduação Educação Física, Uniasselvi e email: reissnay@gmail.com

### **Vinicius Eduardo Ignacio Busnello**

Mestrando de Administração, Universidade Regional de Brumenau (FURB) e email:  
vbusnello@furb.br

## RESUMO

As mídias digitais surgem como fontes cruciais de informação para viajantes em busca de destinos turísticos, influenciando suas decisões e percepções. Neste contexto, o objetivo deste estudo foi identificar e caracterizar os diferentes perfis de viajantes com base em suas percepções e comportamentos relacionados ao uso de redes sociais para busca de informações de viagem, explorando as principais diferenças entre os grupos de viajantes equilibrados, experientes e ocasionais. A pesquisa, de natureza quantitativa, utilizou um questionário adaptado de estudos anteriores, aplicado a 429 forneceram respostas válidas. Os dados foram analisados com o software SPSS, empregando a técnica de análise de Cluster de K-médias para segmentar os viajantes com base em características compartilhadas. Foram destacados 3 grupos com características distintas, Cluster 1 - viajantes equilibrados, cluster 2 - viajantes experientes e cluster 3 - viajantes ocasionais.

**Palavras-chave:** Influenciadores digitais; segmentação de mercado; características comportamentais.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO COMPORTAMENTO E NAS ESCOLHAS DOS TURISTAS: UM ESTUDO COM OS JOVENS

**Bruno Santucci de Oliveira**

Gastronomia, Universidade do Vale do Itajaí, bruno-santucci@live.com

**Brenda Neves Rodrigues**

Direito, Universidade do Vale do Itajaí, brenda.rodrigues@edu.univali.br

### RESUMO

O objetivo desta pesquisa é analisar como a inteligência emocional influencia as escolhas e o comportamento dos turistas, com foco em jovens que participaram do Festival Mundial da Juventude realizado em 2024 na Rússia. A pesquisa foi conduzida por meio de uma abordagem quantitativa, utilizando um questionário online distribuído via WhatsApp e e-mail. A amostra foi composta por 58 jovens turistas que participaram da Festival Mundial da Juventude na Rússia. Os resultados indicam que a dimensão "Uso da Emoção" teve as melhores médias, enquanto "Regulação das Emoções" apresentou as menores. As habilidades moderadas em "Avaliação Emocional dos Outros" e "Autoavaliação Emocional" reforçam a importância dessas dimensões para interações sociais bem-sucedidas e adaptação a novos ambientes. Conhecer as dimensões da inteligência emocional dos turistas permite personalizar o atendimento, oferecendo serviços mais adequados e satisfatórios.

**Palavras-chave:** Turismo; Inteligência Emocional; Regulação Emocional; Comportamento do Turista; Satisfação do Cliente.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## O PAPEL DO ESTADO DE FLUXO NA CORRIDA DE AVENTURA: EFEITOS NA SATISFAÇÃO E BEM-ESTAR DE TURISTAS PRATICANTES

**Hans Peder Behling**

hanspeda@univali.br Não

**Aline Barbosa Tinoco Luz**

abtluz@edu.univali.br

**Verônica Feder Mayer**

veronicamayer@id.uff.br

**Tercio Pereira**

tercio@outlook.com

### RESUMO

O objetivo deste estudo foi examinar o papel do estado de fluxo na experiência de turistas que viajam para a prática de corridas de aventura, verificando seu papel mediador na relação que se estabelece entre ambiente natural e envolvimento recreacional com os níveis de satisfação com a vida e bem-estar eudaimônico. As características dessa corrida oferecem um contexto propício pelo grande envolvimento e conexão com o ambiente natural e os possíveis efeitos no bem-estar. Sete hipóteses foram elaboradas e os dados de 178 praticantes foram analisados a partir da modelagem de equações estruturais (SEM). Os resultados atestam um importante papel mediador do estado de fluxo para o alcance da satisfação e bem-estar eudaimônico, além de confirmar a relação com a natureza uma facilitadora do estado de fluxo, relação ainda não mensurada anteriormente.

**Palavras-chave:** Satisfação com a vida. Estado de fluxo. Bem-estar. Relação com a natureza. Envolvimento recreacional.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## OCEANIC AQUARIUM: AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO.

**Thayele Oliveira**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria, Univali, tayholiveira@outlook.com

**Alexandra Maria Vitorassi Rosa**

Mestranda em Turismo e Hotelaria, Univali, alemaria.rosa@yahoo.com

**Gabriel Nunes Dias de Oliveira**

Bacharel em Hotelaria, FURG, gabriel.ndo@outlook.com

### RESUMO

O objetivo desta pesquisa é avaliar a qualidade dos serviços do atrativo turístico Oceanic Aquarium localizado em Balneário Camboriú/SC. E como objetivos específicos, pretende-se (a) identificar o perfil do visitante, (b) verificar a qualidade dos serviços e (c) analisar a percepção dos visitantes acerca da qualidade dos serviços. O estudo se justifica pela importância de desenvolver pesquisas sobre qualidade no turismo. Caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória com abordagem quantitativa. A coleta e análise dos dados foi realizada com o protocolo Tourqual (MONDO; FIATES, 2017) e seus 26 indicadores de qualidade. Esta pesquisa tem como contribuição teórica testar o protocolo Tourqual em um aquário; e como contribuição prática, contribuir com a gestão do atrativo turístico, apontando quais indicadores devem ser melhorados e quais têm potencial para satisfazer os visitantes. Os resultados indicaram que, de modo geral, os visitantes avaliam a qualidade dos serviços de forma positiva (MD: 5,0).

**Palavras-chave:** Turismo; Qualidade de Serviços; Aquário; Tourqual.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **DA TEORIA À PRÁTICA: UMA ANÁLISE DE SEGMENTAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DA AGÊNCIA DE TURISMO UBUNTUR EM TIETÊ-SP.**

**Rariel dos Santos Cruz**

Tecnólogo em Gestão de Turismo/Universidade Federal do Pampa, Mestrando em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí, rarielcruz03@gmail.com

**Juliana Rose Jasper**

Bacharela e Mestra em Turismo/Universidade de Caxias do Sul, Professora Adjunta do Curso de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, julianajasper@unipampa.edu.br

### **RESUMO**

O estudo analisa a criação e o impacto de uma agência de turismo afrocentrada em Tietê, São Paulo. A Ubuntu, originada de um trabalho acadêmico, visa valorizar a História e Cultura Negra do Brasil através do afroturismo, desafiando perspectivas eurocêntricas no turismo. A pesquisa qualitativa, realizada via Instagram, coletou dados de 29 respondentes para compreender o perfil e as percepções dos consumidores. Foram analisadas variáveis como cidade de residência, identidade de gênero, identificação étnico-racial e interesse em aprender sobre a cultura afro-brasileira. Os resultados indicam uma demanda por turismo educacional e cultural, destacando a importância de estratégias de marketing segmentadas para expandir a presença da Ubuntu. A agência desempenha um papel crucial na promoção da autoestima e identidade negra, enfrentando desafios econômicos e sociais para reconfigurar o turismo no Brasil. A pesquisa revelou que a maioria dos respondentes, 62,2% são negros e que há um interesse significativo de 100% em aprender sobre a cultura afro-brasileira através de viagens. A Ubuntu está presente em algumas cidades, mas tem potencial para crescer em outras regiões. Para expandir o afroturismo nacionalmente, a agência precisa de uma estratégia de divulgação mais ampla e inclusiva. A predominância de respondentes do gênero feminino 65,5% destaca a importância do afroturismo como uma oportunidade de promover a interseccionalidade entre raça e gênero. Em síntese, a Ubuntu se posiciona como uma força catalisadora para transformar o turismo em um campo de resistência, ressignificação e valorização da cultura afro-brasileira.

**Palavras-chave:** Segmentação Turística; Afroturismo; Diáspora Africana; Afroempreendedorismo.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



**CAPACIDADES DINÂMICAS NA PANDEMIA: ANÁLISE SOBRE OPORTUNIDADES E DESAFIOS ASSOCIADOS ÀS CAPACIDADES DE ABSORÇÃO E INOVAÇÃO EM AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO NA CIDADE DE SÃO PAULO – SP**

**Giselle Rosano de Carvalho Queiroz**

Mestre em Turismo e Hotelaria | UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí |  
gisellerosano@msn.com

**Carlos Alberto Tomelin**

Doutor em Turismo e Hotelaria | UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí |  
tomelin@univali.br

**RESUMO**

O setor de viagens e turismo foi profundamente afetado pela pandemia de Covid-19, com quedas significativas na demanda em todas as áreas, como hospedagem, alimentação, transporte e agências de viagens. O estudo analisa como as capacidades dinâmicas, especialmente as de absorção e inovação, ajudaram as agências de viagens e turismo em São Paulo a enfrentar os desafios impostos pela pandemia entre 2020 e 2021. A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, coletou dados por meio de entrevistas com gestores de três agências: Agaxtur, BeFly e CVC. A metodologia incluiu uma revisão bibliográfica narrativa, que fundamentou a discussão à luz das teorias de capacidades dinâmicas. Limitações surgiram devido à imprevisibilidade da crise, o que dificulta a análise precisa da relação entre essas capacidades e o desempenho organizacional. Pesquisas futuras devem integrar conceitos de gestão estratégica em crises, com o propósito de explorar a adaptação das capacidades dinâmicas nesse contexto.

**Palavras-chave:** Agência de Viagens e Turismo. Capacidade de Absorção. Capacidade de Inovação. Capacidades Dinâmicas. Pandemia.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## O PAPEL DO MARKETING NO CONTEXTO DE RESTAURANTES SUSTENTÁVEIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

### **Valônia de Araújo Oliveira**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Univali.  
Atualmente é professora efetiva do Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza. E-mail: valonia@ifce.edu.br

### **Elisiane Rodrigues da S. Menegolla**

Mestranda no Pós-graduação em nível de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: elisianesilveira83@gmail.com

### **Fabrizia Durieux Zucco**

Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Professora titular da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí) e da FURB (Universidade Regional de Blumenau). E-mail: fabriciazucco@hotmail.com

### **Luiz Carlos da Silva Flores**

Pós-doutor pela Universidade do Algarve (Portugal), na área do Turismo, Doutor em Engenharia de Produção. Professor-pesquisador do Programa de Pós-graduação em nível de Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) e-mail: luiz.flores@univali.br

### **Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina UFSC com sanduíche na Universidade do Minho (PT). Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI. E-mail: anasohn@univali.br

## RESUMO

O marketing no contexto da restauração sustentável é um tema relevante e emergente, uma vez que proporciona mecanismos que colaboram para o posicionamento e competitividade desses estabelecimentos que enfrentam as mudanças do mercado. Nesse contexto, o objetivo geral desse estudo foi realizar um mapeamento da produção científica sobre a relação do marketing e restaurantes sustentáveis, a fim de verificar o estado da arte e identificar as principais dimensões relacionadas ao referido tema. No que se refere à metodologia utilizada, optou-se por uma abordagem de pesquisa qualitativa, por meio de um levantamento bibliográfico nas bases de dados Scopus e web of science em junho de 2024. Os resultados mostram a predominância da preocupação com a sustentabilidade, seja na perspectiva do consumidor, que busca cada vez mais por um consumo sustentável; ou seja por parte dos empresários, que procuram se adequar a essa nova exigência do mercado.

**Palavras-chave:** Marketing; restaurantes sustentáveis, Dimensões; Revisão sistemática

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **GASTRONOMIA CIRCULAR: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

### **Valônia de Araújo Oliveira**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Univali. Atualmente é professora efetiva do Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza. E-mail: [valonia@ifce.edu.br](mailto:valonia@ifce.edu.br)

### **Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina UFSC com sanduíche na Universidade do Minho (PT). Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI. E-mail: [anasohn@univali.br](mailto:anasohn@univali.br)

### **Marcos Arnhold Junior**

Doutor em Turismo e Hotelaria. Docente dos Cursos de Graduação e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Turismo e Hotelaria da Univali. E-mail: [marcosjunior@univali.br](mailto:marcosjunior@univali.br)

### **Sinval Pereira Júnior**

Doutorando no Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Univali. E-mail: [sinvaljunior@gmail.com](mailto:sinvaljunior@gmail.com).

### **Sylvia Couto**

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista FAPESC, Especialista em Moda, Criação e Produção pela UDESC, [Sylviacouto@gmail.com](mailto:Sylviacouto@gmail.com)

## **RESUMO**

A gastronomia circular é um tema emergente dentro da economia circular, devido à utilização de recursos naturais necessários em seu processo produtivo. Este estudo teve como objetivo mapear a produção científica sobre Gastronomia Circular para verificar o estado da arte e identificar as principais dimensões relacionadas ao tema. Utilizou-se uma abordagem de pesquisa qualitativa, classificada como exploratória e descritiva, com base em uma revisão sistemática da literatura. Os resultados mostram que o artigo seminal de Nyberg et al. (2022) aborda a construção de um conceito de gastronomia circular e a análise de sua aplicabilidade. Outros estudos investigaram a aplicação do conceito em diferentes ambientes de restauração. A análise identificou quatro dimensões com maior importância, são elas: economia circular, sustentabilidade, alimentação e cadeia de abastecimento. O tema se mostra relevante e emergente no âmbito da academia e pode ser um importante subsídio para o planejamento de ações em prol da sustentabilidade.

**Palavras-chave:** Gastronomia Circular. Revisão Sistemática da Literatura. Dimensões.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **HAMBURGUERIAS ARTESANAIS EM ANÁLISE: USO DO CLIENTE OCULTO PARA MEDIR QUALIDADE EM DIFERENTES CENÁRIOS DE DEMANDA TURÍSTICA**

**Gustavo Rafael Mossato Ferreira**

Administração

Universidade do Vale do Itajaí

mossato2072@gmail.com

**Carlos Marcelo Ardigo**

Marketing

Universidade do Vale do Itajaí

marcelo.ardigo@univali.br

### **RESUMO**

Este estudo teve como propósito analisar a qualidade dos serviços prestados por hamburguerias artesanais em diferentes cenários de demanda turística, utilizando o método do cliente oculto como referência para a coleta de dados. A pesquisa, qualitativa e exploratória, utilizou um roteiro semiestruturado de 50 itens baseado na metodologia de Minghetti e Celotto (2014), com seis visitas realizadas em duas hamburguerias ao longo de três meses, localizadas em um destino turístico litorâneo. Na HAlfa, destacaram-se o atendimento e a qualidade do produto, mas a estrutura e a limpeza do banheiro foram pontos negativos. Na HBeta, a qualidade do produto e a estrutura foram consistentes, porém o atendimento foi ruim. Em períodos de alta demanda, observou-se variação no tempo de atendimento, filas para pagamento e espera para entrar. O estudo destaca a relevância do feedback obtido por meio do cliente oculto, que possibilitou uma avaliação detalhada e identificou aspectos que poderiam passar despercebidos sem uma análise especializada.

**Palavras-chave:** Metodologia do Cliente Oculto; Qualidade dos serviços; Hamburguerias; Demanda turística.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## DECISÃO DE ESCOLHA DE RESTAURANTES A PARTIR DAS EMOÇÕES DE RESIDENTES EM DESTINOS TURÍSTICOS CRIATIVOS

**Bruno Santucci de Oliveira**

Gastronomia, Universidade do Vale do Itajaí, bruno-santucci@live.com

### RESUMO

O estudo foca em como os residentes utilizam informações emocionais na escolha de um restaurante de uma cidade criativa, se há uma percepção de características criativas associadas com essa tomada de decisão. Um questionário foi aplicado com 25 alunas do curso Criativa Idade e residentes da cidade criativa da gastronomia Florianópolis. As respondentes têm uma alta capacidade de reconhecer suas próprias emoções, no entanto, elas podem optar por esconder suas emoções em certas situações. Características percebidas como criativas, como atendimento diferenciado, pratos inovadores e a apresentação visual da comida, desempenham um papel importante na escolha de um restaurante, especialmente quando os respondentes estão lidando com diferentes dimensões de inteligência emocional.

**Palavras-chave:** Escolha de restaurantes. Inteligência emocional. Destinos turísticos criativos. Criatividade.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A RELEVÂNCIA DA OFERTA GASTRONÔMICA DO DESTINO TURÍSTICO DE FORTALEZA

**Carolina Silva Castelo Branco**

Mestre em Planejamento e Políticas Públicas, Tecnólga em Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, carolina.branco@ifce.edu.br

### RESUMO

A atividade turística para acontecer necessita de diversos atrativos turísticos, entre eles a alimentação é necessária, pois os turistas encontram-se fora de casa e precisam de um local para comeralimentar-se. Esta trabalho tem como objetivo identificar a importância gastronômica como um atrativo para o êxito do turismo de Fortaleza. Acreditou-se que a gastronomia oferecida em Fortaleza contribui para o turismo como um fator de atração e proporcionando satisfação aos turistas que a saboreia. A pesquisa foi realizada através de estudo bibliográfico e de campo, com entrevista semiestruturada com os gerentes de estabelecimentos alimentícios e com turistas clientes dos mesmos, na Varjota, em Fortaleza, no mês de janeiro, em 2022. A pesquisa demonstrou que os restaurantes estão preocupados em oferecer alimentação de qualidade e que agrada ao seu público, bem como que os turistas estão satisfeitos com a gastronomia cearense e a quantidade de estabelecimentos para alimentação fora do lar.

**Palavras-chave:** Gastronomia. Turismo. Alimentação fora do Lar.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## **GEOPARQUE, O GEOTURISMO E A INVENTARIAÇÃO DOS GEOSITIOS: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO PERÍODO DE 2010 a 2023.**

**Angela Maria Carrion Carracedo Ozelame**

Doutoranda, UNIVALI -SC. angelacarrion.tur@gmail.com

**Pablo Flores Limberger**

Dr., UNIVALI-SC. pablofl@univali.br

**Diva de Mello Rossini**

Dra., UNIVALI-SC. divarossini@univali.br

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho é uma análise bibliográfica na produção acadêmica com as palavras-chave INVENTORY, GEOTOURISM e GEOPARK, ressaltando o geoturismo no levantamento de dados para a criação dos geoparques. A metodologia se baseou no protocolo Prisma, com a linha temporal dos anos de 2010 a 2023 na plataforma CAFe em revistas científicas acadêmicas com os resultados de 7 artigos nesse período da busca. Constata-se que o tema GEOPARQUE é novo já que possui as primeiras publicações em meados de 2009, com a proposta da UNESCO em gestão de território, contemplando um modelo de sustentabilidade que inclua as comunidades existentes no geoparque. Na execução da inventariação fica notório e necessário a participação do profissional bacharel em turismo na composição da equipe do projeto dos geoparques existentes e os que virão garantindo assim uma melhor gestão do sustentável do território no geoturismo e para a elaboração dos geoproductos.

**Palavras-chaves:** Inventory; Geotourism e Geopark.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO MUNICÍPIO DE MULUNGU-CEARÁ

**Carolina Silva Castelo Branco**

Mestre em Planejamento e Políticas Públicas, Tecnólga em Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, carolina.branco@ifce.edu.br

**Francisco Aleandro Pedrosa da Silva**

Tecnólogo em Hotelaria, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, alef254@gmail.com

### RESUMO

O presente estudo teve com objetivo apresentar os atrativos turísticos do município de Mulungu, localizado no Ceará, como fator de desenvolvimento regional, pois a oferta turística auxilia no desenvolvimento de novas atividades econômicas e sociais. Foi utilizado como metodologia a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo com entrevista semiestruturada realizada com moradores locais, bem como com o coordenador de Turismo de Mulungu. A pesquisa mostrou que o município tem um potencial turístico, pois dispõe de atrativos bem como outros equipamentos, porém faz-se necessário maior divulgação, entretando o município dispõe de uma infraestrutura de apoio adequada, fato o qual auxília no desenvolvimento local e regional como apontou a pesquisa. Dessa forma, o município de Mulungu poderia investir em maior divulgação e poderia focar no planejamento de atividades turísticas visando o desenvolvimento local que evidenciasse também práticas sustentáveis.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Regional. Turismo. Mulungu.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## A QUARTA COLÔNIA PARA O TURISMO OU O TURISMO PARA A QUARTA COLÔNIA?

**Caroline Ciliane Ceretta**

Doutora em Extensão Rural, Mestre e Bacharel em Turismo, Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: caroline.ceretta@ufsm.br

**Roberta Aparecida Fantinel**

Doutora em Engenharia Florestal e Tecnóloga em Gestão de Turismo, Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: fantinel.ar@gmail.com

**Talita Gonçalves Posser**

Mestra em Administração, Bacharela em Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: talita.posser@ufsm.br

**Thiago Reis Xavier**

Doutor em Administração, Mestre em Administração e Bacharel em Turismo, Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: thiago.xavier@ufsm.br

### RESUMO

A expansão do turismo na Quarta Colônia, impulsionada pelo Geoparque Quarta Colônia UNESCO, traz benefícios sociais e econômicos, mas também preocupa pela preservação das tradições gastronômicas locais, influenciadas pela colonização italiana e outras etnias. A crescente presença de restaurantes internacionais ameaça a autenticidade culinária, enquanto a globalização promove a padronização alimentar. Este estudo analisa os fatores que resistem à homogeneização da cultura alimentar frente ao aumento de estabelecimentos internacionais. Os resultados indicam que políticas públicas eficazes e planejamento turístico integrado são essenciais para preservar a identidade cultural. A participação ativa das comunidades, criação de conselhos de turismo e legislações específicas são fundamentais para evitar a descaracterização da região. Pesquisas futuras podem explorar os impactos da globalização na identidade cultural e o papel das tecnologias digitais na promoção da Quarta Colônia.

**Palavras-chave:** Gastronomia. Cultura. Identidade.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:



## TURISMO EM CLUSTERS DE MODA

**Sylvia Couto Nunes**

Mestranda em Turismo e Hotelaria- UNIVALI, bolsista FAPESC, Especialista em Moda, Criação e Produção pela UDESC, sylviacouto@gmail.com

**Ana Paula Lisboa Sohn**

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina UFSC com sanduíche na Universidade do Minho (PT).

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI. E-mail: anasohn@univali.br

### RESUMO

O turismo em clusters de moda combina a indústria da moda com o setor turístico, onde a proximidade entre empresas e instituições atrai visitantes interessados em consumo e cultura. Esse fenômeno cria destinos turísticos em regiões conhecidas pela produção têxtil e de vestuário, permitindo que os turistas conheçam processos produtivos, adquiram produtos exclusivos e vivenciem a cultura local. O projeto busca analisar esse fenômeno, identificando fatores que atraem turistas, mecanismos de transmissão de conhecimento entre empresas e visitantes, e os impactos econômicos e culturais. A pesquisa terá abordagem quantitativa e qualitativa em um cluster de moda com potencial turístico. O estudo é inovador, podendo contribuir tanto para a literatura acadêmica quanto para o desenvolvimento das indústrias de moda e turismo, promovendo crescimento sustentável e valorização cultural nas regiões.

**Palavras-chave:** Turismo, Indústria da Moda, Desenvolvimento Regional.

Realização:



Vice-Reitoria de  
Pesquisa, Pós-Graduação  
e Extensão

Programa de  
Mestrado e Doutorado  
em Turismo e Hotelaria

Escola de  
Negócios, Educação  
e Comunicação

Patrocínio:



Apoio:

