

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL

(Organizador)

VOL II



EDITORA
ARTEMIS

2021

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL
(Organizador)

VOL II



EDITORA
ARTEMIS

2021



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição- Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comercial. A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisângela Abreu
Organizadora	Prof.Dr.David García Martul
Imagem da Capa	ciempies
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Carlos III de Madrid, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo*
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima*
Prof.^a Dr.^a Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*
Prof.^a Dr.^a Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, *Universidade Federal do Triângulo Mineiro*
Prof.^a Dr.^a Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, *Instituto Politécnico da Guarda, Portugal*
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Iara Lúcia Tescarollo Dias, *Universidade São Francisco*
Prof.^a Dr.^a Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*
Prof.^a Dr.^a Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ivan Amaro, *Universidade do Estado do Rio de Janeiro*
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*



Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Javier Antonio Alborno, *University of Miami and Miami Dade College, USA*
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría", Cuba*
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Peru*
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Colômbia*

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. II / Organizador David García Martul. – Curitiba, PR: Artemis, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
Edição bilíngue
ISBN 978-65-87396-45-3
DOI 10.37572/EdArt_300821453

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I. García Martul, David.

CDD 300

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

PRÓLOGO – VOLUME II

La redacción de un prólogo nunca es una tarea fácil, más aún cuando se trata de la presentación de un libro de temática interdisciplinar y transdisciplinar en el campo de las ciencias sociales aplicadas. Es interdisciplinar porque los trabajos que aquí se presentan utilizan un amplio abanico de técnicas de investigación para investigar su objeto de estudio especializado. Así es común encontrar trabajos que por la técnica empleada podríamos pensar son propios de la Antropología y la Sociología. Sin embargo, por el objeto de estudio tratado nos ha parecido más pertinente situarlo en el campo de la Comunicación. Por tanto, hemos dado relevancia al objeto de estudio frente a la metodología investigadora para determinar el campo temático de cada trabajo.

También consideramos que **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** es un libro transdisciplinar porque los resultados de las investigaciones son aplicables a muy distintos campos del conocimiento; es decir, una investigación sobre alfabetización mediática puede muy bien ser aplicada tanto al campo de la Educación como a los campos de la Comunicación y la Sociología.

Sin embargo, previa labor de preparación de este prólogo hemos llevado a cabo una labor de análisis de contenido temático de cada uno de los trabajos aquí presentados. Su resultado ha sido un índice desarrollado por un metódico trabajo de selección de los descriptores más acordes a la temática y objeto de estudio de cada capítulo. Para la selección de los descriptores hemos seguido una herramienta, consensuada por la comunidad internacional, como es el Tesouro de la UNESCO; pues en él, se presenta de forma homogénea y normalizada la manera de designar cada uno de los campos del conocimiento. Y si bien debemos considerar toda herramienta de descripción como condicionada por el contexto ideológico, plasmado por sus sesgos y matices socioculturales, de la institución que lo edita pero que aporta un instrumento de navegación por las distintas materias que conforman el mapa de conocimiento de nuestro libro.

Es pues con ello que hemos procurado, de forma estructurada y sistemática, facultar al lector para introducirse en los heterogéneos contenidos del libro de una manera progresiva, armónica y lógica.

En este **Volumen II** se incluyen trabajos en las áreas de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos, Empresa-Marketing y Turismo. Se ha optado por el criterio de reunir materias relacionadas con el estudio del desarrollo de estrategias ligadas con actividades económicas.

En el campo de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos incluimos ocho trabajos de investigación que tratan desde aspectos ligados con la aplicación de políticas de

gobernanza hasta aspectos más específicos acerca de la aplicación de la gestión política en situaciones de riesgo y conflictos.

El segundo bloque de materias en este volumen es el referido a trabajos relacionados más estrictamente con las iniciativas económicas y empresariales. En este bloque vemos cómo las políticas y estrategias empleadas en la gestión del ámbito de lo público pueden ser aplicadas en iniciativas empresariales y de marketing para la creación de una plusvalía en el sector privado. En este campo contamos con un primer grupo de trabajos ligados a la gestión corporativa. En un segundo grupo veremos herramientas empleadas en la aplicación de políticas corporativas y conductas del consumidor que pueden ser de interés para la más eficaz gestión de políticas corporativas, así como algunos casos prácticos de análisis en este sentido. Finalmente incluimos trabajos acerca del marketing como producto efectivo de las políticas de gestión corporativa.

Finalmente afrontamos un tercer y último bloque de seis trabajos en el campo del Turismo como actividad económica específica, con prácticas eminentemente empresariales sin menoscabo de las implicaciones que sobre la sociedad ejerce.

Esperamos que el presente volumen de **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** les resulten de interés pues busca proporcionar una foto fija del estado de la investigación a través de un grupo heterogéneo de trabajos aplicados y previamente evaluados sobre distintos temas comprendidos en este campo. Con ello procuramos al mismo tiempo sugerir futuras líneas de investigación a desarrollar a partir de los textos aquí publicados para todas aquellas personas ligadas a la actividad académica.

David García Martul
Universidad Rey Juan Carlos

SUMÁRIO

POLÍTICAS PÚBLICAS E GESTÃO DE CONFLITOS

CAPÍTULO 1 1

O DIÁLOGO ENTRE OS ATORES DO ESTADO E A SOCIEDADE CIVIL COMO FORÇA MOTRIZ DA GOVERNANÇA DA AML: REFLEXÕES A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS GOVERNOS MUNICIPAIS

João Martins de Oliveira Neto

Joaquim Manuel Croca Caeiro

Pedro Miguel Moreira da Fonseca

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214531

CAPÍTULO 2 19

ESTUDO DE CASO DE UMA UNIDADE DE SAÚDE PÚBLICA MUNICIPAL NO INTUITO DE MELHORIA NO ATENDIMENTO A POPULAÇÃO

Priscila Marinho da Silva

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214532

CAPÍTULO 3 38

AVALIAÇÃO E RESULTADOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM FAVOR DA PRODUÇÃO NACIONAL DE JOGOS DIGITAIS

Ueli Sonderegger Matos

João Victor Boechat Gomide

Juvêncio Braga de Lima

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214533

CAPÍTULO 4 64

JUSTIÇA RESTAURATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE SEGURANÇA CIDADÃ

Daniele Cristina Bahniuk Mendes

Nei Alberto Salles Filho

Thais Cristina dos Santos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214534

CAPÍTULO 5 71

O BENEFÍCIO DO AUXÍLIO-RECLUSÃO: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE O BENEFÍCIO COMO POLÍTICA SOCIAL E COMO AGENTE EFETIVADOR DO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE HUMANA

Tamara Rita Servilha Donadeli Neiva

Daniela de Figueiredo Ribeiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214535

CAPÍTULO 6 86

ARBITRAJE DE CONFLICTOS Y DRAMA SOCIAL: APORTES DEL TRABAJO SOCIAL FORENSE EN SOCIEDADES DESIGUALES

Claudia Sandra Krmpotic

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214536

CAPÍTULO 7 96

GESTIÓN DEL RIESGO PARTICIPATIVA COMO MEDIO HACIA LA TRANSFORMACIÓN ADAPTATIVA DE COMUNIDADES Y TERRITORIOS VULNERABLES. CASO CALETA SAN PEDRO, REGIÓN DE COQUIMBO, CHILE

Carmen Paz Castro Correa

Juan Pablo Sarmiento

Josefa Espinace

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214537

CAPÍTULO 8 108

LA ORGANIZACIÓN DEL SOCORRO EN EL ACCIDENTE FERROVIARIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

José Antonio Iglesias-Vázquez

Mario López-Pérez

Viviane Ferreira-Leite

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214538

GESTÃO, EMPRESAS E MARKETING

CAPÍTULO 9 125

ANÁLISIS DEL ENFOQUE DE LA GERENCIA ESTRATÉGICA

Pablo Edison Ávila Ramírez

Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera

Gina Gabriela Loor Moreira
Martha Margarita Minaya Macías
Janeth Virginia Intriago Vera
Rubén Hernán Andrade Álvarez
Milton Geovanny Zambrano Rivera
Henry Marcelino Pinargote Pinargote
Jhonny Antonio Ávila Ramírez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214539

CAPÍTULO 10 141

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INFLUÊNCIAS DO TEMA NA
FORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Giovana Cristina Pavei
Robson Freire

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145310

CAPÍTULO 11.....160

A GESTÃO DA MUDANÇA NO MERCADO DE TRABALHO

Maria dos Anjos Pereira
Elisete Martins

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145311

CAPÍTULO 12..... 172

A ESCOLHA DE UMA UNIVERSIDADE VISTA SOB O PRISMA DA TEORIA DO
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Vera Lucia Telles Scaglione
Lizika Pitpar Goldchleger

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145312

CAPÍTULO 13.....186

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ACADÉMICA - ADMINISTRATIVA DE LA EDUCACIÓN
SUPERIOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA. CASO DE
ESTUDIO: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Carlos Benjamín Ricaurte Yépez
Grace Maribel Parra Vintimilla
Oscar Iván Granizo Paredes
José Manuel Pozo Rodríguez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145313

CAPÍTULO 14201

ECONOMIAS À ESCALA E A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL HUMANO NO SECTOR DE MOLDES EM PORTUGAL: UMA ABORDAGEM MICRO COM DADOS EM PAINEL

Fátima Diniz
Elias Soukiazis

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145314

CAPÍTULO 15..... 227

OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE - DA TEORIA À PRÁTICA: O CASO PILARES DA SAÚDE

Manuel Aníbal Correia Monteiro
João Paulo Peixoto

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145315

CAPÍTULO 16241

RETRATOS DO MUNDO CORPORATIVO: TECENDO REFLEXÕES A PARTIR DA ANÁLISE DE FILMES

Felipe Gouvêa Pena
Juliana Oliveira Braga
Miriam de Fátima Moreira Felício Braga

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145316

CAPÍTULO 17..... 252

ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS - O MELHOR MODELO PARA ANÁLISE DE BALANÇO

Moises da Silva Martins
Rosane Aparecida Ferreira Bacha
Edilene Mayumi Murashita Takenaka

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145317

CAPÍTULO 18..... 266

A MORE EFFECTIVE AUDIT AFTER COSO ERM 2017 OR AFTER ISO 31000: 2009?

Alcina Augusta de Sena Portugal Dias

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145318

CAPÍTULO 19 278

TRANSTORNO DE COMPRA COMPULSIVA (TCC): ATUALIZANDO A LITERATURA SOBRE OS COMPRADORES COMPULSIVOS SOB A ÓTICA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Rafael Moreira Guimarães

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145319

CAPÍTULO 20..... 300

RETAILBALL - UMA CHAVE PARA O SUCESSO

Maria Clara Luxo Correia

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Nuno Fortes

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145320

CAPÍTULO 21..... 318

IMÓVEIS CORPORATIVOS NA CIDADE DE SÃO PAULO: TENDÊNCIAS DO MERCADO

João da Rocha Lima Jr.

Carolina Andrea Garisto Gregório

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145321

CAPÍTULO 22..... 328

AVALIAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE FAMÍLIAS PRODUTORAS DE MARACUJÁ BRS PÉROLA DO CERRADO RESIDENTES NO ASSENTAMENTO OZIEL ALVES III

Marco Aurélio de Carvalho Vieira e Silva

Ana Maria Costa

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145322

CAPÍTULO 23..... 346

HOME BIAS - OS CONDICIONALISMOS AO INVESTIMENTO ALÉM FRONTEIRA

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Elisabete Duarte Neves

João Soares

Rute Mendes

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145323

CAPÍTULO 24.....365

RENAULT - EXPANSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DA MARCA NO BRASIL

Hugo Faria

Maria Madalena Eça de Abreu

Lara Sofia Mendes Bacalhau

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145324

CAPÍTULO 25.....372

ORGANO GOLD & OG CARES FOUNDATION – “EVERYONE DESERVES A CHANCE”,
GIVE BACK – UM CASO DE MARKETING EMPRESARIAL E MARKETING SOCIAL DE
MÃOS DADAS

Joana Rodrigues

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145325

CAPÍTULO 26.....387

MARKETING DIGITAL – PASSADO, PRESENTE E FUTURO – AS TENDÊNCIAS E O
CASO DA ICLIO

André Viegas

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145326


CAPÍTULO 27401

TIMWE – UM PARCEIRO DIGITAL DE SUCESSO NO MARKETING SOCIAL-PÚBLICO
E EMPRESARIAL

Sónia Rocha

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145327

CAPÍTULO 28.....416

E-COMMERCE: A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO COMPORTAMENTO DE
CONSUMO

Carmelinda Parizzi

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145328

CAPÍTULO 29..... 428

A CULTURA TURÍSTICA COMO MINIMIZADORA DOS IMPACTES NEGATIVOS DO TURISMO

Cecília de Melo Correia Baptista
Luís Manuel Mota dos Santos Figueira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145329

CAPÍTULO 30 448

EMPREENDEDORISMO RURAL E APOIO INSTITUCIONAL: O CASO DE ESTUDO DE UMA ALDEIA NO INTERIOR DE PORTUGAL

Maria Lúcia de Jesus Pato

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145330

CAPÍTULO 31..... 463

DINÂMICAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA SERRA DE MONTEMURO

Teresa Sequeira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145331

CAPÍTULO 32 482

A CARTA GASTRONÓMICA DA REGIÃO DA COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DAS BEIRAS E SERRA DA ESTRELA COMO INSTRUMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO GASTRONÓMICO NUMA REGIÃO DO CENTRO DE PORTUGAL

Cristina Rodrigues
Adriano Costa
Anabela Sardo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145332

CAPÍTULO 33..... 502

E-TURISMO: HERRAMIENTA CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Pablo Edison Ávila Ramírez
Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera
Gina Gabriela Loor Moreira
Martha Margarita Minaya Macías
Janeth Virginia Intriago Vera

Renelmo Wladimir Minaya Macías
Rocio Alexandra Mendoza Villamar
Jhonny Antonio Ávila Ramírez
Milton Geovanny Zambrano Rivera
Henry Marcelino Pinargote Pinargote

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145333

CAPÍTULO 34 515

TURISMO SEXUAL EN MÉXICO, ENFOQUE CRIMINOLÓGICO

Martha Fabiola García-Álvarez
Luz Adriana Nápoles-Durán
Carla Monroy-Ojeda
Dante Jaime Haro-Reyes
Jorge Humberto Medina-Villarreal

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145334

SOBRE O ORGANIZADOR 526

ÍNDICE REMISSIVO 527

CAPÍTULO 29

A CULTURA TURÍSTICA COMO MINIMIZADORA DOS IMPACTES NEGATIVOS DO TURISMO

Data de submissão: 07/06/2021

Data de aceite: 30/06/2021

Cecília de Melo Correia Baptista

Instituto Politécnico de Tomar
Unidade Departamental de Engenharias
Investigadora integrada do Techn&Art (IPT)
Diretora do Curso de Licenciatura em
Tecnologia Química
Tomar-Portugal
<https://orcid.org/0000-0003-4664-6766>

Luís Manuel Mota dos Santos Figueira

Instituto Politécnico de Tomar
Unidade Departamental de Ciências Sociais
Investigador colaborador do Techn&Art (IPT)
Diretor do Laboratório de Turismo – L-tour.ipt
Tomar-Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-0103-5120>

RESUMO: O presente trabalho pretende apresentar o quadro teórico que esteve integrado num projeto de intervenção territorial em turismo, através de uma das suas linhas: criação de mais cultura turística nos territórios, numa estratégia de melhoria contínua para a literacia turística. No projeto MovTour, a ideia central de que a Cultura é uma das atividades humanas mais relevantes permitiu estabelecer uma abordagem também centrada na problemática da pressão turística e seus efeitos. Este projeto ao criar e transferir

conhecimento, gerou mais cultura turística. A edição de materiais didáticos e pedagógicos, que se encontram disponíveis em diversas plataformas afirma a temática de capacitação científica e tecnológica consolidadas na aplicação tecnológica criada. O turismo contribuiu para o desenvolvimento social e para o crescimento económico, como demonstram muitos estudos que a literatura revela. Numa triangulação virtuosa entre as pessoas e os seus territórios, através das organizações, alcançam-se objetivos importantes, tanto na perspetiva do tradicional desenvolvimento sustentável referido e praticado a partir do Relatório Brundtland de 1987, quanto na perspetiva da sustentabilidade que a Agenda 2030 da ONU de 2017 estabelece. As diretivas nacionais seguidas um pouco por todo o mundo segundo estas e outras doutrinas têm, na atividade turística, uma importância cada vez maior como se observou recentemente através da concertação internacional face ao problema da pandemia e doença Covid 19. O futuro exige reflexões e ações proativas que só a criação e disseminação de mais cultura turística asseguram, numa dimensão de desenvolvimento territorial de base comunitária.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura. Ambiente. Território. Turismo. Sustentabilidade.

TOURISM CULTURE TO MINIMIZE THE NEGATIVE IMPACTS OF TOURISM

ABSTRACT: The present work intends to present the theoretical framework of a

territorial intervention project in tourism, through one of its approaches: creation of more tourism culture within the territories, in a continuous improvement strategy for tourism literacy. In MovTour research project, the central idea that Culture is one of the most relevant human activities, allowed to establish an approach also centred on the problem of tourism pressure and respective effects. This project, creating and transferring knowledge, generated more tourism culture. The edition of didactic and pedagogical materials, which are available on several platforms, affirms the theme of scientific and technological training consolidated in the technological application created. The contribution to social development and economic growth is demonstrated in many studies that the consulted literature reveals. However, in a virtuous triangulation between people and their territories, through organizations, the goals will be reached in terms of the traditional sustainable development presented and practiced from the Brundtland Report (1987) and sustainability principles established in the 2017 UN Agenda 2030. The national directives followed around the world according to these and other doctrines are of increasing importance in tourism, as it has been observed recently through international concertation in response to the Covid-19 pandemic problem. The future requires reflections and proactive actions that only the creation and dissemination of more tourism culture ensure, towards a territorial development based in a community dimension.

KEYWORDS: Culture. Environment. Territory. Tourism. Sustainability.

1 INTRODUÇÃO

A pressão turística sobre os territórios gera impactes negativos e obriga, desde há muito, a repensar-se o modelo de gestão dos destinos turísticos como referem Beni (1990), Butler (1980), Matheison e Wall (1990). Os desenvolvimentos das viagens de baixo custo também influenciaram este tipo de precaução. (CUNHA, 2017; RAMOS; COSTA, 2017). A problemática domina a agenda e é preocupação das administrações públicas e da generalidade das organizações profissionais do setor porque, encontrar equilíbrio entre efeitos positivos e negativos exige monitorização das atividades produtivas, carecendo de intermediação e critérios de avaliação. (TURISMO DE PORTUGAL, 2017; UNWTO, 2019).

A estratégia global da Organização Mundial do Turismo (OMT) beneficia a integração do trabalho teórico e das evidências empíricas reforçando cada sistema turístico nacional. A literatura disponível centra-se na importância das atividades económicas e sociais decorrentes da turistificação da sociedade. (MCINTYRE, 1993; OMT, 1993, 1999; PORTER, 1990; REISINGER, 2009).

A qualidade percebida pela procura turística e respondida do lado da oferta é o ponto crítico de sucesso. (CRAVIDÃO, 2011; GOELDNER; RITCHIE, 2012; RICHARDS, 2007; URRY, 1995). Há novos paradigmas que incorporam o esforço do setor para atenuar os inconvenientes da exploração, tais como a adoção de sistemas de qualidade e sua disseminação no setor. (UNWTO; IPSOS, 2019).

Gerar conhecimento e partilhá-lo pelos atores do turismo, ou seja, pelos Visitantes (viajantes-turistas-excursionistas) e pelos Visitados (residentes-empresas-outras organizações) é uma forma, consensualizada, de minimizar a pressão do turismo. O objetivo da abordagem MovTour (2017-2019) prendeu-se com uma visão dos autores apoiada na literatura e, cumulativamente, aproveitando as suas experiências junto de operadores turísticos e de administrações públicas. Desde 1996 que no Instituto Politécnico de Tomar (IPT) se tem produzido conhecimento através de trabalhos finais de curso com reconhecida utilidade para a investigação aplicada, incluindo abordagens internacionais, europeias e nacionais. (COMISSÃO EUROPEIA, 2014; TURISMO DE PORTUGAL, 2020; UNWTO; IPSOS, 2019). O sistema turístico internacional da responsabilidade da OMT em sincronia com os sistemas nacionais de turismo também coopera na criação de mais conhecimento científico e, neste contexto, o projeto “MovTour” desenvolvido na sub-região do Médio Tejo, utilizou este espaço territorial como laboratório das suas propostas. Desenvolve-se desde 2015 trabalho de campo que, associado à investigação, sustenta parte relevante do diálogo institucional entre o Laboratório de Turismo do IPT (L-tour.ipt) e a envolvente empresarial e municipal, mas, também, associativa, comunitária e internacional. Esta prática aplicou-se ao projeto, bem como o Código Mundial de Ética do Turismo da OMT, influenciando a procura de boas práticas. (FIGUEIRA; BAPTISTA, 2015).

Como a literatura demonstra, a exigência da procura turística tem contribuído, também, para uma constatação consensual: os efeitos do turismo advêm do facto de ser uma atividade que apropria recursos naturais e recursos culturais gerando necessidade de negociação público-privada e, por isso, gerando consensos e conflitos. Quando aumenta a procura, aumentam os riscos e manifestam-se com maior evidência os efeitos negativos.

A atividade económica do turismo apresenta variáveis de natureza social de que a gentrificação, por exemplo, é facto distintivo. A investigação científica implica procedimentos para validar casos concretos e documentados. (McKERCHER; du CROS, 2002). Por isso, minimizar efeitos negativos da ação turística implica a criação e disseminação de uma lógica de análise sobre a economia do turismo. (EUSÉBIO; CARNEIRO, 2012; FERREIRA; MENDES; VAREIRO, 2016). Assim, a abordagem experimentada no MovTour contribuiu para que o aumento da cultura turística territorial se considere como um dos eixos de qualificação do turismo. (FIGUEIRA; FERREIRA; CARVALHO, 2016). Neste texto expor-se-á a visão qualitativa e remetem-se para a bibliografia produzida no projeto as visões mais específicas que aqui, por razões de espaço, não poderão ser abordadas com maior extensão.

2 A CULTURA TURÍSTICO-TERRITORIAL E A PRODUÇÃO TURÍSTICA

A base produtiva do turismo depende da capacidade dos seus empreendedores ao gerarem produtos competitivos e atrativos. Todos os países que utilizam o turismo como força geradora das suas economias têm essa consciência económica, política e, igualmente diplomática. (CUNHA, 2017; IGNARRA, 2003; PEARCE, 1989; PORTER, 1990). A apropriação sobre os territórios, as suas condições físicas, tanto orográficas, quanto edafoclimáticas e culturais aproveitam o seu potencial de uso turístico. O turista e seus interesses pessoais ou de grupo integram o sistema produtivo, tal como se demonstra em Beni (1990), Cunha (2009), FCT (2019) e Leiper (1990).

A criação e desenvolvimento de muitos destinos turísticos realiza-se com intervenção da classe criativa e, nessa circunstância, são integrados os recursos pré-existentes (recursos naturais endógenos) a captação de recursos externos (recursos exógenos), e atração de recursos humanos qualificados, (atraindo talentos, tecnologias e ambientes criativos e tolerantes). Os seus promotores acentuam as componentes positivas no sentido de atenuar os efeitos perversos dessas dinâmicas de turistificação. (FLORIDA, 2002; LANDRY, 2010).

O principal efeito negativo, todavia, é o que se evidencia pelo esgotamento dos recursos naturais, quando a capacidade de carga dos destinos é ultrapassada pela superior massificação de cariz comercial, com base em custos baratos na operação turística, porque correspondem a produtos menos cuidados que a massificação suscita. (CUNHA, 2017; FERREIRA, 2009). O segundo efeito negativo relaciona-se com a quebra de autenticidade dos lugares pela sua banalização negativa e pela excessiva pressão que os destinos turísticos sofrem, colocando-se em risco os equilíbrios naturais e ambientais e, igualmente, as componentes sociais e psicológicas. (SANTOS, 2017). A adulteração da cultura local pela pressão externa e poder dos consumidores é, em muitos locais mais débeis, uma realidade que a governança dos destinos turísticos nacionais tem necessariamente de atender na sua agenda de gestão partilhada. (CUNHA, 2017; MELO, 2002; SILVA, 2013).

Historicamente, numa primeira dimensão interventiva todos os Estados e Governos se dotaram de mecanismos de controlo e de fomento do turismo. (AMORIM; FIGUEIRA; SOARES, 2015; CUNHA, 2009, 2017; SILVA, 2013). As estratégias das políticas públicas têm base, essencialmente, no nascimento organizado do turismo na Europa industrial do século XIX. A organização de viagens transatlânticas e ferroviárias sistemáticas, respetivamente, permitiram desenvolver ainda mais o espírito do Grand Tour e a economia dos países visitados. (CUNHA, 2009; IGNARRA, 2003; SANTOS, 2017).

Foram as elites burguesas da Europa que, a partir Renascimento consolidaram a viagem como preparação das lideranças sociais, como afirma Santos (2017), com profunda influência nas economias, segundo Ramos e Costa (2017), e paradigma de uma economia de lazer e serviços que, recentemente com a digitalização absorveu novos consumidores (SILVA, 2013). A OMT e outras organizações internacionais consolidam este paradigma. A administração pública e a tutela da economia e do turismo têm responsabilidade acrescida nesta matéria porque, quanto maior literacia turística se constatar nos territórios, maiores hipóteses de resistência ao turismo de massas se poderão manifestar. (IGNARRA, 2003; RAMOS; COSTA, 2017). Doutro modo, o incremento do turismo de nicho é uma excelente forma de distribuição da pressão turística sobre um país ou uma região de destino. (SIMÕES; CARDOSO, 2009).

3 METODOLOGIA DE INTERVENÇÃO MOVTOUR NA DIMENSÃO LOCAL

O ambiente MovTour dinamizado por seminários e/ou colóquios académicos passou de modelo experimental a contributo para melhoria metodológica contínua, aberto a sugestões e colaborações externas. Este trabalho, que foi inicialmente apresentado em 2018 numa conferência na Academia de Ciências de Lisboa, é disso exemplo.

Devido ao facto de a experiência ser um elemento crítico na formulação de teorias, parte-se de hipóteses de trabalho como referem Quivy e Campenhoudt, (2008), testadas e aplicadas na gestão dos recursos como preconiza Butller (1980). O Projeto MovTour seguiu esta linha teórica. A investigação ligou os Institutos Politécnicos de Tomar e de Santarém, respetivamente localizados na Região Centro e na Região de Lisboa e Vale do Tejo, bem como a Universidade de Coimbra, através do seu Centro de Estudos Sociais. Sobre o objetivo desta intervenção era referido em http://portal2.ipt.pt/pt/ipt/unidades_de_i_d_tecnologico_e_artistico/l_tour/movtour_turismo_e_cultura_com_e_para_a_sociedade/ que:

O projeto MovTour pretende responder ao reforço das redes do ensino superior politécnico com inclusão de estudantes no processo de criação e transferência de conhecimento; fomentar a formação de recursos humanos qualificados; ligar organizações públicas e privadas; e dar resposta às necessidades regionais e nacionais de promoção do emprego científico e de internacionalização.

Como demonstrado nas publicações decorrentes daquele projeto respondeu-se a cada item em Baptista, Figueira e Henriques (2019), Figueira e Coelho (2017), Figueira (2019), Figueira et al., (2020) e Pais e Figueira (2019) e foi possível desenvolver trabalho de disseminação e empoderamento aos atores territoriais. Utilizando os recursos naturais para inovação nas propostas de novos segmentos como, por exemplo, o do *Glamping*, oportuno

e adequado a zonas com recursos naturais de qualidade, mas de baixa demografia, onde se devem aplicar boas práticas no caminho da sustentabilidade (BAPTISTA; FIGUEIRA; HENRIQUES, 2019). Articularam-se os campos de ação nos domínios “Turismo e Ambiente”, “Multimédia e Educação para a Cidadania” e “Ciências Sociais e Cultura”. No decorrer dos trabalhos percebeu-se que não é possível minimizar os efeitos negativos do turismo sem o dotar de uma vertente de ação em que a triangulação Pessoas-Territórios-Organizações se expresse na sua realidade funcional e de cultura turística em cada comunidade e seu território. (BARBAS, 2013; FCT, 2019; RICHARDS, 2018).

Como realidade funcional, o turismo organiza-se em função da ligação entre Economia e Cultura e o estudo realizado na União Europeia pela Kea European Affairs (2006), bem como o passado recente acentuaram essa afirmação, apenas interrompida pela pandemia iniciada em março de 2019. Na perspetiva de inclusão social e de produção sustentada em publicações e em ações, a atividade turística coloca-se como prioridade para muitos países, como referem Ramos e Costa (2017), a UNESCO (2017), a UNWTO (2019) e outras fontes. Deste modo, no que concerne à triangulação referida, as “Pessoas” e os modos como interagem constituem o vértice orientador principal. (CASTELLS, 2002).

A Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) tem na sua agenda a ideia de integração da cultura turística no sistema de investigação científica nacional (FCT, 2019). Esta estratégia, inovadora, beneficia os sistemas turísticos em todas as suas escalas: local, regional, nacional, europeia e internacional, divisão que, segundo Ferrão (2014), acentua as possibilidades e os limites de turistificação, exigindo um ordenamento turístico, similar ao conceito de ordenamento territorial, como também argumentam Simões e Cardoso (2009).

Na aplicação da estratégia de crescimento económico e desenvolvimento social, as dinâmicas resultantes do uso dos recursos humanos dependem da forma como todas as “Organizações” os aproveitam e como as suas propostas interagem nos mercados. (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Neles, as empresas marcam presença, dinamizam a competitividade e, segundo os seus interesses, partilham a importância da cultura turística dos lugares onde atuam (PAIS; FIGUEIRA, 2019).

A criatividade em turismo permite descobrir e atrair novos talentos. (BARBAS, 2013; CARVALHO; VIEIRA; de SOUSA, 2014; DUQUE, 2013; RICHARDS, 2011; SIMMONS, 2009). Contudo, requer o uso das tecnologias, sustentando e aumentando a tolerância social, como argumenta Florida (2019). Através das artes e do turismo criativo atenuam-se efeitos negativos da atividade turística.

Poder-se-ão anotar as linhas que, de um ponto de vista da inserção dos atores do turismo se consideram relevantes, tais como: i) Responder-se ao reforço das redes do

ensino e formação com inclusão de estudantes no processo de criação e transferência de conhecimento; ii) Fomentar-se a formação de recursos humanos qualificados numa linha de aprendizagem ao longo da vida; iii) Ligarem-se organizações públicas e privadas, tanto nos problemas do setor, como nas soluções que, dependendo das políticas públicas, se inserem nas estratégias partilháveis e efetivamente partilhadas ; iv) Darem-se respostas às necessidades regionais e nacionais de promoção do emprego em geral na fileira turística e de emprego científico que gera valor para a atividade turística; v) Facilitar-se o processo de internacionalização dos produtos ancorados na marca de cada país. (UNWTO; IPSOS, 2019).

A marca Portugal inscrita na estratégia dos últimos governos insere-se nesta estruturação dos objetivos operacionais e, na criação de mais cultura turística nos territórios. A agenda da investigação aplicada do Turismo de Portugal, I.P. tenta suscitar e desenvolver parcerias para a qualificação do turismo nacional. A Estratégia Turismo 2027, estabelecida pelo Turismo de Portugal, I.P. (2017) e estruturada em sessões itinerantes de trabalho contribuiu para se implantarem novos «modos de ver» e novos «modos de fazer», gerando diálogo entre protagonistas públicos, privados, e comunidades locais. Na perspetiva de Shaw e Williams (2004), estas interações consolidam a coesão turística nacional, como também argumenta Silva (2013).

Há casos notáveis exemplificando o esforço das autarquias portuguesas maximizando os efeitos positivos e atenuando os aspetos negativos da atividade turística, segundo modelos de gestão atualizados e atualizáveis. (RAMOS; COSTA, 2017). O caso da Rota do Românico, sobejamente conhecida, ou Os Caminhos de Santiago, de larga expressão mundial ou, ainda outros produtos de roteirização temática, como a Festa dos Tabuleiros, de Tomar, criam visibilidade turística muito positiva, tal como já se acentuou em estudos anteriores. (FIGUEIRA, 2013; PAIS; FIGUEIRA, 2019; SOL et al., 2017). Estas e outras experiências referidas, obrigando a trabalho de reconhecimento territorial «*in situ*» são úteis para replicação noutros territórios.

No projeto MovTour nos territórios centrados em Tomar, Santarém e Coimbra, experimentou-se trabalhar um denominador comum: criar “Turismo e Cultura com e para a Sociedade” slogan que, animando o objetivo central foi absorvido pelos seus protagonistas e esteve presente nas interações destes com a envolvente social. A utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) serviu de base comum às atividades do projeto, integrou o conhecimento existente e suscitou transferência de conhecimentos Intergeracionais e Intersociais. Na figura 1 poderemos visualizar melhor esta questão mostrando a aplicação informática então desenhada e construída, cujo link se reproduz na figura 1.

Figura 1 - Aplicação MovTour para utilização dos Visitantes do Convento de Cristo, em Tomar, classificado de Património Cultural da Humanidade pela UNESCO.



Fonte: <https://appadvice.com/app/movtour/1462972758>

A matriz de trabalho da APP, visando a minimização dos efeitos negativos do turismo, apoiou-se na relação “Visitantes-Visitados” e nas interações positivas decorrentes dos diferentes níveis de interpretação turístico-cultural. Aplicaram-se os níveis de Iniciação, de Divulgação, de Aprofundamento e de Investigação orientados ao públicos-alvo. (FIGUEIRA, 2013). Promoveu-se a disseminação do conhecimento gerado no decorrer das ações planeadas para criação de conteúdos. (HALL, 2008). Fortaleceu-se a cocriação de experiências turísticas na esteira das tendências de consumo, tal como referem Ramos e Costa (2017), aplicando-se experimentalmente a APP ao Convento de Cristo de Tomar e facilitando a gestão turística do monumento como se argumenta em Nunes (2019).

No IPT, o trabalho de investigação aplicada e a perspetiva de aumento da literacia turística tem sido desenvolvido envolvendo cada interveniente no ato turístico e contribuindo para a disseminação dos tais modos de ver, de pensar e de agir, alicerçados na didática e na pedagogia associáveis ao património e sua exploração turística. (AUGUSTO et al., 2014; BENJAMIM, 2016; CALVINO, 2015; CHOAY, 2008; SANTOS, 2017).

Sob enquadramentos da OMT e das Diretivas Europeias e dos Governos Constitucionais de Portugal, o trabalho colaborativo potencia respostas enquadradas pelas determinações dos financiamentos europeus. A criação da APP “MovTour”, financiada pela União Europeia, é testemunho da dissertação de mestrado gerada e disseminada pelo projeto MovTour.

A criatividade em turismo também passa pelos modos como ele se valoriza segundo a sua transversalidade criativa produzida ao longo do tempo. (RICHARDS, 2007). A filmografia pode induzir os viajantes a descobrirem outros modos de fruição dos

destinos tanto nos domínios gerais de visitação e estada, como em nichos de procura muitos específicos como   o caso do turismo militar. (BEETON, 2016; COELHO et al., 2015). A singularidade das obras literárias, como acontece em “Viagem a Portugal” de Saramago (1985), entre outros exemplos, suscita o turismo literário e outras abordagens de Turismo Cultural. Assim, minimizar efeitos negativos significa, certamente, maior poder da investiga o e valida o dos efeitos positivos desta atividade econ mica e fen meno social, inspirando-se em boas práticas e originando novos produtos turísticos. (FIGUEIRA, 2015; HOLDEN, 2000; ICOMOS-PORTUGAL, 2016).

A atividade turística e a explora o da natureza e do patrim nio, bem como a valoriza o das expressões artísticas, integra-se no mercado e segmenta-se pelas procuras que o estruturam, impondo novos comportamentos. A monitoriza o da atividade  , assim, o ponto crítico de sucesso (CUNHA, 2017; RAMOS; COSTA, 2017). Por isso, o trabalho teórico (dos Investigadores) e prático (dos restantes Profissionais nas diversas frentes da fileira da opera o turística) materializam situa es que influenciam a atividade específica de cada destino. (CRAVIDÃO, 2011; REISINGER, 2009; URRY, 1995).

Qualquer atividade econ mica, ao explorar materialidades e imaterialidades, gera impactes positivos e negativos, desencadeando cultura turística no território, como demonstra Ferrão (2014). Cultura de adesão e cultura de rejei o coabitam e ambas são componentes intr secas   satisfa o dos consumidores. (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). No caso de Viajantes e de Residentes e das suas intera es com a administra o pública e com as empresas do setor, constatam-se rea es positivas e negativas: não existe neutralidade nas atividades econ micas. (MOSSO, 2011).

3.1 A COMPONENTE AMBIENTAL NOS EFEITOS DO TURISMO

A atividade turística consome território para explora o comercial vinculada aos recursos naturais e culturais de um sítio, de uma região, enfim, de um destino turístico, incluindo a problemática dos não-lugares, arrastando diversas disciplinas do conhecimento. (AUGÉ, 1994). O turismo tem grande impacte territorial e ambiental, econ mico e social, como explicita Ferrão (2014) e a cultura territorial do turismo influencia a governança dos destinos turísticos, realidade onde a comunica o em rede   parte fundamental. (CASTELLS, 2002). Considerando-se a natureza multifuncional das abordagens culturais e a procura de consensos estratégicos, a agenda dos decisores, como demonstram Kroeber (1993), Cunha (2009) e Ramos e Costa (2017), regista respostas   políticas públicas, porque a tend ncia da procura exige maior qualifica o geral de cada destino de visita o, trânsito e estada.

A trans, multi e pluridisciplinaridade da turistificação resulta do sistema turístico estruturado que se associou ao lema do MovTour, “Turismo e Cultura com e para a Sociedade”. (BENI, 2003; SHAW; WILLIAMS, 2004). A cultura turística dos intervenientes tem importância, porque é catalisadora de dinâmicas de trabalho influenciando profissionais, residentes e consumidores. O problema da sustentabilidade, como refere Eusébio (2006), tem impacto, suscita atenções e reforça a consciência de todos os interventores.

A Geografia e a Geologia, a Ecologia e a Química, a História e a Conservação do Património, a Gestão e a Comunicação, o Marketing e a Logística, o Planeamento e a Avaliação e Monitorização, a Estatística e a Demografia, a Antropologia e as Artes, etc., representam saberes e interesses. A tecnologia que o planeamento dessa apropriação utiliza pode mitigar conflitos, como argumentam Buhalis e Costa (2006a). Assim, as componentes ecológicas decorrentes da interpretação ambiental e da sua oferta de conhecimentos para a valorização, por exemplo, do Ecoturismo, do Turismo de Natureza (e respetivas atividades como pedestrianismo, arborismo, balonismo, *kayaking*, entre outras), do Termalismo e de outras segmentações que se ligam com a qualidade dos diferentes compartimentos ambientais (águas, solos e ar) necessários ao bem-estar dos visitantes, são nucleares no processo de criação de mais cultura turística. Para criar ambientes competitivos e geradores de valor na cadeia operacional do turismo, ligar os campos do saber é fundamental, como foi largamente argumentado por Jafari (2005) e Richards (2020).

3.2 NATUREZA, CULTURA E SUA INTEGRAÇÃO NO TURISMO

O controlo sobre impactes negativos causados por atividades humanas pressupõe que, quem administra os territórios (a partir do enquadramento das políticas públicas) e quem os utiliza (explorando-os comercialmente) se sujeitem às implicações da regulação geral e regulamentação de cada atividade económica, em particular, nas obrigações e direitos de todos os envolvidos. O Estado tem aqui relevância indiscutível.

A estada e visitação de turistas num território cuja roteirização é fruto de planeamento conjunto entre os *stakeholders*, potencia a criação de valor económico, de notoriedade para cada destino turístico, de aumento da literacia turística. (EUSÉBIO; CARNEIRO, 2012; FIGUEIRA, 2013; FIGUEIRA; BAPTISTA; HONRADO, 2019; TURISMO DE PORTUGAL, 2017).

Por exemplo, se se estrutura a exploração de turismo científico em Reservas da Biosfera como produto turístico, fortalecendo a oferta distintiva de destinos com essa particularidade de recursos naturais de excelência será necessário dispor de

conhecimentos que a química, a tecnologia e a informática (monitorização e análise das águas e dos solos) bem como a biologia (monitorização das espécies faunísticas e flora associada às mesmas) fornecem, para se poder constituir uma oferta de turismo de nicho de alto valor acrescentado. (BUHALIS; COSTA, 2006a; SIMÕES; CARDOSO, 2009). Deste modo o contributo das Ciências naturais e exatas é muito evidente, porque sustenta a estratégia de conservação das Reservas e serve a visitação turística. (BAPTISTA; SANTOS, 2016).

A intervenção MovTour consagrou o aumento de cultura turística no território gerando mudanças de comportamento e hábitos de interação sustentável com a natureza, sabendo-se que o número aceitável de turistas fruindo atrativos apresenta variáveis complexas como demonstrado em Baptista, Figueira e Henriques (2018). A criação de produtos inovadores de base tecnológica, e a exploração turística sustentável dos recursos são inerentes à relação de trabalho entre as parcerias e a gestão partilhada público-privada, como sugerem Buhalis e Costa (2006b). A transdisciplinaridade científica, caracterizada pela partilha de áreas de conhecimento científico sustentadoras da atividade turística como foi demonstrado por Jafari (2005) e concretizado no MovTour com a produção da APP por Nunes (2019), também minimiza os efeitos negativos dada a função daquela produção MovTour.

Na estratégia turística nacional definida em Turismo de Portugal (2017), a importância da Química e da Biologia na centralidade do planeamento do Turismo de Natureza e, nos turismos de nicho, por exemplo, no turismo científico e sua exploração, não só em atividades sem fins lucrativos (serviço público nas suas diversas especificidades), mas, igualmente com fins lucrativos (empresas privadas e negócios turísticos), é evidenciada, também, por trabalhos desenvolvidos no âmbito de investigação para uso na lecionação.

Estes trabalhos direta e indiretamente úteis à fileira do turismo, têm sido realizados em ambiente de ciclos de estudos superiores que mobilizam saberes das Ciências Naturais e das Ciências Sociais (Lic. em Engenharia Química e Biológica, Lic. em Gestão Turística e Cultural, Mestrado em Desenvolvimento de Turismo e Cultura, Mestrado em Sistemas de Informação Geográfica).

Ao praticar-se esta relação académica e prática entre Ciências Naturais e Ciências Sociais numa circunstância de turistificação com benefícios para uma maior consciencialização dos atores territoriais para a conservação dos recursos naturais, também se desenvolve a validação inerente à cultura turística integrada, por exemplo nos fluxos de visitação a territórios sensíveis como são as reservas naturais. (UNESCO, 2017; UNWTO; IPSOS, 2019). Os visitantes, portadores de diversas motivações e necessidades,

são grupos de turistas em lazer na natureza, podendo aumentar os seus conhecimentos sobre faunas, floras, práticas regionais, etc. e interações com as populações locais, agregando valor à experiência turística total. Numa época de necessário renascimento das atividades económicas, nomeadamente turísticas, a criatividade também maximiza os efeitos produtivos com um mínimo de constrangimentos ambientais, sociais e económicos. (RICHARDS, 2020).

Monteiro e Horta (2018) demonstram que a governança multinível integrando componentes didáticas e pedagógicas suscita ações agregadoras e, no turismo, os Visitantes e Visitados, os Promotores e Operadores Turísticos como uma forma de ajustamentos de interesses comuns, quer doutrinários e éticos, quer estratégicos, quer, ainda, validados e operacionáveis. (OMT, 1999; TURISMO DE PORTUGAL, 2017). A coabitação territorial é, evidentemente, um valor a preservar porque tem interesse e influencia o desenvolvimento das ações de todos os atores territoriais. (FLORIDA, 2019).

No Turismo de Natureza, por exemplo, a oportunidade para que a evidência de concretização das visões da química e da biologia se cruzem com as visões do turismo ambiental e sustentável é urgente. Proporcionar ao consumidor a melhor relação custo-benefício é importante como elemento de satisfação e tem efeito positivo, porque os públicos-alvo adquirem maior consciencialização sobre os valores naturais e culturais a preservar nos destinos turísticos. O planeamento, a visão económica, o marketing e a clusterização inteligente, perfazem a ligação virtuosa entre ciências e suas práticas, respondendo a necessidades socialmente sentidas tanto para mercantilizar a natureza, como para mercantilizar a cultura. (BUHALIS; COSTA, 2006b; HALL, 2008; KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017; PORTER, 1990; TRIBE, 2011). A Economia da Cultura, como se referiu anteriormente, sustenta e agrega nela, muitas práticas de turismo cultural. (BENJAMIM, 2010; KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2006; PÉREZ, 2009).

4 FUTURO DA INVESTIGAÇÃO: IMPACTES DO TURISMO, DESENVOLVIMENTO SOCIAL E CRESCIMENTO ECONÓMICO

Gerar equilíbrios sistémicos no turismo, como explica Beni (1990) motiva certos investigadores a apresentarem argumentos sobre a importância da Cultura Turística como minimizadora dos impactes negativos do Turismo. A produção científica tem influência na interação dos territórios com o turismo, existindo estudos que ajudam a compreender melhor teorias e práticas. (UN, 2020). Entre 1990 e 2000 em Portugal suscitou-se um estudo que gerou um modo de análise que temos seguido a partir de Costa (2005). Nele há duas vertentes fundamentais. Na primeira vertente centra-se a administração

central e desconcentrada do Estado e seus mecanismos estratégicos e implementação das políticas públicas dos 308 municípios, representativos do Poder Local. Na segunda, demonstra-se que a iniciativa privada, empresarial e da designada economia social, tem espaço de afirmação, gerando a sua própria cultura empresarial e associativa. (AMORIM; FIGUEIRA; SOARES, 2015; CRAVIDÃO, 2011; OECD, 2009; RAMOS; COSTA, 2017; RICHARDS, 2007; SILVA, 2013).

Com estes pressupostos, a literacia em turismo, centrada na importância da criatividade, da tradição cultural local, do marketing de sustentação e mercantilização dos bens culturais desde os de interesse local, até aos que se fundam no conceito mais vasto de património da humanidade apresenta-se como eixo estruturante. (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017; LANDRY, 2010; SOL et al., 2017; UNESCO, 2017).

Nesta lógica, a criação de mais cultura turístico-territorial, através do empoderamento das pessoas, nomeadamente residentes, também se posiciona na investigação publicada como se demonstrou na produtividade do MovTour nas seguintes obras: Figueira, 2019; Figueira, Baptista e Honrado, 2019; Figueira e Coelho, 2017; Nunes, 2019; Pais e Figueira, 2019.

As sociedades atuais são, regra geral, sociedades orientadas ao espetáculo onde as tecnologias digitais e a construção de territórios têm importância decisiva. (BARBAS, 2013; BUHALIS; COSTA, 2006a; DEBORD, 2003). A avaliação do impacto económico do turismo numa região tem uma forte componente de perceção qualitativa, como demonstra Eusébio (2006), validando cientificamente estratégias políticas de inovação. A notoriedade do trabalho dos atores criativos, propondo novas visões e novas soluções de atração de públicos, possibilitam o exercício dos talentos atraídos ao serviço dos territórios, aliviando os efeitos negativos. (FLORIDA, 2019; HALL, 2008; RICHARDS, 2020; TURISMO DE PORTUGAL, 2017).

No caso experienciado pelos autores, particularmente na auscultação às comunidades locais, estabeleceram-se, a propósito, reflexões sobre a promoção pública e a iniciativa privada e associativa patente na bibliografia resultante desta frente de intervenção, ligando-se teoria e trabalho de campo. (FIGUEIRA, 2019). O foco nos municípios e seus postos de turismo, proposto por Figueira, Baptista e Honrado (2019) ganhou alcance estratégico importante nas dimensões didática e pedagógica, aliás, na esteira da estratégia nacional e internacional. (TURISMO DE PORTUGAL, 2017; UNESCO, 2017; UNWTO, 2019).

O futuro desta linha de investigação também pressupõe a utilização dos sedimentos acumulados pelo projeto MovTour e o devir dos seus impactes nos comportamentos dos envolvidos nesta intervenção territorial. Acresce que sistematizar

um modelo de monitorização viável, de que a APP, aplicação “MovTour” de Nunes (2019) é resultado evidente, estimulando o IPT e os seus parceiros IPS e CES a prosseguirem linhas de investigação aplicada e divulgação dos conteúdos em sede digital. No endereço académico acessível em <http://www.cda.ipt.pt/?pagina=ebooks> divulgam-se as obras produzidas no projeto.

Tal como se apresenta o panorama vivido desde o início da pandemia e segundo Weston et al., (2019) os desafios colocados são os da nova era do turismo internacional. Esta será, eventualmente uma circunstância em que as preocupações com segurança e saúde poderão assumir prioridades e, nessa circunstância formação e informação, ou seja, cultura turística geral são fatores relevantes no domínio do turismo e seus segmentos. (FIGUEIRA, 2015).

Poderemos intuir que a Cultura Turística como minimizadora dos impactes negativos do Turismo promove desenvolvimentos sustentáveis, porque reflete as influências sociais e estratégicas da governação e suas parcerias, sabendo-se que a natureza e a cultura e seus atrativos materiais e imateriais são a base inamovível do setor turístico. Ela poderá contribuir para atenuar conflitos entre interesses públicos e privados e, ao mesmo tempo, para alavancar inovações nas administrações públicas e privadas, empresariais e associativas.

Demonstra-se pelos argumentos aduzidos ao longo deste texto haver espaço de afirmação para a administração pública e para a iniciativa empresarial privada e associativa na perspetiva de salvaguarda dos valores naturais e culturais dos destinos turísticos. Atuar com o mínimo de alteração e, em casos de apropriação territorial consentida planear o turismo, em termos adequados pelas governanças locais e sob escrutínio dos cidadãos e das suas redes sociais é uma pressão importante nos processos de turistificação como acentuam Beni (2020), Buhalis e Costa (2006b) e Figueira (2013).

5 CONCLUSÃO

Os efeitos negativos, a predação desregulada dos recursos e adulteração dos usos e costumes locais são perigos constantes na atividade do turismo. Não sendo aqui rastreados em detalhe, porque se exigiria mais espaço expositivo, concordar-se-á que a falta de planeamento vinculativo e a especulação financeira são, concretamente, as portas que abrem a entrada para aqueles efeitos se manifestarem. Como demonstrámos, o projeto MovTour ao criar e transferir conhecimento, gerou mais cultura turística. A linha de investigação aplicada naquele evento científico constitui-se na procura de melhoria contínua para a literacia turística. Esta, porque vai crescendo no ambiente de trabalho

quotidiano dos autores e das equipas que participaram neste domínio, tende a converter-se em valor acrescentado ao processo de ensino-aprendizagem mediante uma estratégia de expansão contínua dos valores que sustentam esta visão de “Turismo com e para a Sociedade”, perante a atual sociedade do conhecimento e do espetáculo. Como projeto de oportunidade, o MovTour, financiado pela FCT e concluído com evidentes resultados, constituiu uma pedra basilar na nossa investigação e tem perspetivas de futuro.

Contribuir com atualizações de processos de investigação faz parte da contínua tarefa de investigação aplicada. As mudanças na empregabilidade dos futuros profissionais centram-se na cadeia de preocupações antigas e atuais e a qualificação de recursos humanos também beneficia as práticas de minimização dos efeitos negativos.

A edição de materiais didáticos e pedagógicos, disponíveis em diversas plataformas afirma a temática de capacitação científica e tecnológica consolidadas na aplicação tecnológica criada. A literacia turística é, finalmente, uma variável relevante não apenas para os planos de educação e formação, mas, igualmente, para reforço da cidadania e a da cultura autêntica de cada destino turístico.

Num futuro breve cremos que os sedimentos deste projeto se manifestarão como espaço para novas e diferenciadas incursões metodológicas aumentando-se, assim, a fortuna crítica ao enquadramento teórico e teórico-prático utilizado, demonstrando que a cultura turística é um instrumento atenuante dos impactes negativos do turismo.

REFERÊNCIAS

Amorim, E.; Figueira, L.M.; Soares, C. (2015). **Planejamento e organização do turismo**. Curitiba: Editora Intersaberes.

Augé, M. (1994). **Não-lugares - Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papyrus.

Augusto, C.; Silva, C.; Neves, C.; Pires, J.; Henriques, T.; Figueira, L.M. (2014). **Turismo Cultural: Abordagem a Um Produto Experimental - O Projecto “CIRAQUA”**, Tomar, Instituto Politécnico de Tomar, Disponível em: <http://www.cespoga.ipt.pt/new/wp-content/uploads/2014/09/CIRAQUA-Final-Visto-a-11-09-2014.compressed.pdf> Acesso em: 12.05.2021.

Baptista, C.; Santos, L. (2016). Water quality monitoring in the Paul do Boquilobo Biosphere Reserve. **Physics and Chemistry of the Earth**, v. 94, p. 180-187 <https://doi.org/10.1016/j.pce.2015.11.008>

Baptista, C., Figueira, L. M., Henriques, F. (2019). **Portuguese Glamping Practices and Society**, in Abstract Book 15th Annual International Conference on Tourism 10-13 June 2019, Athens, Greece Edited by Gregory T. Papanikos – v.1, p.22-23. Disponível em: <http://www.atiner.gr/abstracts/2019ABST-TOU.pdf>

Barbas, M. (2013). **Perspetivas Multidisciplinares sobre a Construção dos Territórios**. Perspetivas emergentes em TIC: áreas de intervenção (I&D] internacionalização] literacias digitais) da Agenda Portugal Digital na construção de Massive Open Online Course (MOOC).

- Beeton, S. (2016) **Film-Induced Tourism**. 2nd ed., Cleveland: Channel View Publications.
- Beni, M.C. (2020). Turismo e Covid-19: algumas reflexões. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 3 - Especial Covid19, p. 1-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>
- Beni, M.C. (2003). **Dimensão e dinâmica de clusters no desenvolvimento sustentável do turismo**. Estudos Turísticos o portal da comunidade turística na web. www.estudosturisticos.com.br
- Beni, M. C. (1990). Sistema de Turismo - SISTUR Estudo do Turismo face à Moderna Teoria de Sistemas. **Revista Turismo em Análise**. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/viewFile/63854/66610> Acesso em: 14.10.2015.
- Beni, M.C. (2020). Saturação e Rejeição ao Turismo nas Destinações Turísticas. São Paulo: **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. Disponível em <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1847> Acesso em: 21.10.2020.
- Benjamin, W. (2010) . **A obra de Arte na era da sua reprodução mecanizada** (Apresentação e Tradução de João Maria Mendes). Amadora: Escola Superior de Teatro e Cinema. Disponível em: https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/194/1/obra_arte.pdf Acesso em: 11.2.2020.
- Benjamin, W. (2016). **The Storyteller**. Londres & Nova Iorque: Verso.
- Buhalis, D.; Costa, C. (2006a). **Tourism Business Frontiers - consumers, products and industry**. In D. Buhalis & C. Costa (Eds.), *Tourism Business frontiers consumers, products and industry*. Oxford: Elsevier B.V.
- Buhalis, D.; Costa, C. (2006b). **Tourism Management Dynamcis: Trends, Management and Tools**. In *Tourism Management dynamics trends, management and tools*. Oxford: Elsevier.
- Butler, R. (1980). **The Concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources**. *The Canadian Geographer*, v. 24, p. 5-12.
- Calvino, I. (2015) **As cidades invisíveis**. Lisboa: Leya.
- Carvalho, S.B.; Vieira, A.L.L.C.; de Sousa, A.M.P. (2014) Film-induced tourism: The case of Portugal. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 21/22, p. 469-482.
- Castells, M. (2002). **A sociedade em rede - a era da informação: Economia, Sociedade e Cultura - Vol I**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coelho, J.P.; Costa, F.L.; Figueira, L.M.; Costa, C. (2015). **Carta Nacional do Turismo Militar- Do conceito à operação-Proposta de intervenção**. Instituto Politécnico de Tomar. Tomar. Disponível em: <http://www.turismomilitar.ipt.pt/download/Carta%20Nacional%20do%20Turismo%20Militar.pdf> Acesso em: 04.04.2021.
- Choay, F. (2008). **Alegoria do património**. Coimbra: Edições 70.
- Comissão Europeia. (2014). **Caixa de Ferramentas do Sistema Europeu de Indicadores de Turismo**. Disponível em: <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/6f6546d4-a9a9-458d-8878-b7232e3a6b78> Acesso em: 10.04.2021.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). **Análise Social**, v. 40, n. 175, p. 279-295.
- Cravidão, F. (2011). Turismo, território e cultura: uma trilogia (sempre) em construção. **Revista Espaço e Cultura**, Rio de Janeiro: Departamento de Geografia Humana da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, v. 29, p.35-42.

Cunha, L. (2009). **Introdução ao Turismo**. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo.

Cunha, L. (2017). **Turismo e Desenvolvimento – Realidades e Perspetivas**. Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.

Debord, G. (2003). **A sociedade do Espetáculo**. Lisboa: Antígona.

Duque, A.S.C. (2013). **O cinema na construção e promoção de territórios turísticos**: a imagem do rural no cinema português. Univ. de Coimbra: Dissertação de Mestrado.

Eusébio, C. (2006). **Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional**: O caso da Região Centro de Portugal. Universidade de Aveiro: Tese de Doutoramento.

Eusébio, C.; Carneiro, M.J. (2012). Impactes sócio-culturais do turismo em destinos urbanos. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional. Angra do Heroísmo: Universidade dos Açores, v. 30, n. 1, p. 65–75.

Ferrão, J. (2014). **Políticas territoriais eficazes e participadas**. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Lisboa, in Seminário “Cidadania e Território: Desenvolvimento Local Sustentado”. Disponível em: <https://www.animar-dl.pt/ponto-de-vista/704-politicas-territoriais-eficazes-e-participadas-joao-ferrao> Acesso em: 15.11.2019.

FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia. (2019). **Agenda Temática de Investigação e Inovação – Turismo, Lazer e Hospitalidade**. Lisboa. Disponível em: https://www.fct.pt/agendastematicas/docs/Agenda_Turismo_Final.pdf Acesso em: 10.09.2020.

Ferreira, A.R.; Mendes, R.; Vareiro, L. (2016). Residents' perceptions of film-induced tourism: A Portuguese case study. **Tourism and Hospitality Research**, v. 17, n. 4, p. 424-433.

Ferreira, L. (2009). Impactos do Turismo nos Destinos Turísticos. **Revista Científica Recursos e Ideias**, n.1, 2ª Série, Porto: ISCET, p. 105-116.

Figueira, L.M. (2013). **Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural**, Cespoga – Centro de Estudos Politécnicos de Golegã – Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em: <http://centrodocumentacao.turismodeportugal.pt> Acesso em: 10.7.2019.

Figueira, L.M. (2015). **A segurança nos processos de roteirização: contributo para uma abordagem integrada**. in Amorim, Ericka; Soares, Cláudia; Tarlow, Peter (organ.) Segurança: um desafio para os sectores de lazer, viagens e turismo. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. p. 188-214.

Figueira, L.M.; Baptista, C. (2015). **Turismo, Patrimônio Cultural, Direito e Sustentabilidade Ambiental na ótica da Carta Internacional do Turismo Cultural**: breves considerações. in Campos, Juliano Bitencourt; Preve, Daniel Ribeiro; de Souza, Ismael Francisco (organ.) Patrimônio Cultural, Direito e Meio Ambiente – um debate sobre a globalização, cidadania e sustentabilidade. Curitiba: Multideia Editora Ltda. p.123-142.

Figueira, L.M., Ferreira, A.M., Carvalho, R. (2016). Cultural and Creative tourism in Portugal. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. p.1075-1082. Disponível em: http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_01.pdf Acesso em: 08.05.2020.

Figueira, L.M.; Coelho, J.P. (2017). **Apresentação - Interpretação Patrimonial em Turismo**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em: <http://www.cda.ipt.pt> Acesso em: 12.05.2021.

Figueira, L.M. (2019). **Turismo, Municípios, Cultura e Sociedade – Breve reflexão**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em: <http://www.cda.ipt.pt> Acesso em: 12.05.2021.

Figueira, L.M.; Baptista, C.; Honrado, G. (2019). **Turismo e Cultura Turística: A função promocional dos Postos de Turismo**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em: <http://www.cda.ipt.pt> Acesso em: 12.05.2021.

Florida, R. (2002). **The Rise of the Creative Class. And how it's transforming work, leisure and everyday life**, New York: Basic Books.

Florida, R. (2019). **The Innovations of the Creative Class Affect a Rural Area's Fortunes**. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-08-15/rural-innovation-links-to-creative-class-presence> Acesso em: 03.10.2019.

Goeldner, C.; Ritchie, B. (2012). **Tourism. Principles, Practices, Philosophies**. New Jersey: John Wiley & Sons.

Hall, C.M. (2008). **Tourism Planning Policies, Processes and Relationships**. In Policies, Processes and Relationships, 2nd ed. Harlow, Essex, UK: Pearson Prentice Hall.

Holden, A. (2000). **Environment and tourism**. London: Routledge.

ICOMOS-Portugal. (2016). Carta Internacional sobre o Turismo Cultural ICOMOS, Cidade do México, 17 a 23 de Outubro de 1999. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.pt/media/uploads/cc/cartaintsobreturismocultural1999.pdf> Acesso em: 14.03.2020.

Ignarra, L.R. (2003). **Fundamentos do Turismo**, 2ª Ed. Revista e Ampliada, São Paulo: Thomson Learning.

Kea European Affairs. (2006). **The Economy of Culture in Europe**, European Commission, DG Education and Culture. Disponível em: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf Acesso em: 12.05.2020.

Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. (2017). **Marketing 4.0: Mudança do tradicional para o digital**, Coimbra: Conjuntura Actual Editora – Edições Almedina.

Kroeber, A.L. (1993). **A Natureza da Cultura**. Lisboa: Edições 70.

Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. **Política y Sociedad**, v. 42, n. 1, p. 39–56. Disponível em: <https://doi.org/10.5209/POSO.24139> Acesso em: 20.07.2019.

Leiper, N. (1990). Partial industrialization of tourism systems. **Annals of Tourism Research**, v. 17, n. 4, p. 600-605.

Landry, C. (2010). **Creativity, Culture & the City: A question of interconnection**. Disponível em: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/ECCE_report.pdf Acesso em 13.07.2020.

Mathieson, A.; Wall, G. (1990). **Tourism: economic, physical, and social impacts**. New York: Logman Scientific & Technical.

Melo, A. (2002). **O que é Globalização Cultural**. Lisboa: Quimera Editores, Lda.

Mcintyre, G. (1993). **Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners**. Madrid: OMT.

Mckercher, B.; du Cros, H. (2002). **Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management**. New York: THHP.

Monteiro, S.; Horta, A. (2018). **Governança Multinível em Portugal**: fundamentos teórico-práticos, Lisboa: Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P., Unidade de Política Regional – Núcleo de Estudos e Políticas Territoriais, Coleção Políticas e Territórios, Working paper N° 3 (Coord.) Ramos, António Sampaio; Romão, Nuno. Disponível em: https://www.adcoesao.pt/sites/default/files/desenvolvimento_regional/wp03_governanca_multinivel_em_portugal_-_fundamentos_teoricos_upr-nept_sm_ah_mar2018_vf.pdf Acesso em: 17.11.2019.

Mosso, A. (2011). **O turismo e a percepção dos seus impactos pela comunidade local**: o caso da Ilha do Sal. Lisboa: Universidade Aberta.

Nunes, P.A.C. (2019). **MovTour**, Tomar: Instituto Politécnico de Tomar - Mestrado em Engenharia Informática – Internet das Coisas, Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/28595?mode=full> Acesso em: 11.12.2019.

OECD (2009). **The impact of culture on tourism**. Paris: OECD.

OMT - Organização Mundial do Turismo (1993). **Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável**. Porto Alegre: OMT.

OMT - Organização Mundial do Turismo. (1999). **O Código Mundial de Ética do Turismo**. Santiago do Chile: OMT. Disponível em: <https://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/portugal.pdf> Acesso em: 14.12.2018.

Pais, V., Figueira, L.M. (2019). **Gestão Hoteleira em função do Território – O Modelo HT**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em: <http://www.cda.ipt.pt> Acesso em: 11.05.2021.

Pearce, P.L. (1989). Towards the better management of tourist queues. **Tourism Management**. n.10, p. 279-284.

Pérez, X.P. (2009). **Turismo Cultural - Uma visão antropológica**. Santa Cruz de Tenerife: PASOS. Disponível em: <https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/.../1/livro%20tc%20xerardo.pdf> Acesso em: 12.5.2017.

Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. **Harvard Business Review**. Disponível em: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> Acesso em: 05.07.2020.

Quivy, R.; Campenhoudt, L. (2008). **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva Lda.

Ramos, D.; Costa, C. (2017). **Turismo**: tendências de evolução. PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP, v. 10, n. 1, p. 21-33. DOI: <http://dx.doi.org/10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33>

Reisinger, Y. (2009). **International tourism, cultures and behavior**. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Richards, G. (2007). **Cultural tourism: global and local perspectives**. New York and London: Haworth Hospitality Press.

Richards, G. (2011). **Creativity and Tourism: The State of the Art**. Disponível em: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/ECCE_report.pdf Acesso em: 10.07.2020.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, n. 36, p. 12-21.

Richards, G. (2020). **The Role of Creativity in challenging times**. Bali International Tourism Conference. Disponível em: <https://medium.com/swlh/the-role-of-creativity-in-business-978ee5a80432> Acesso em: 10.07.2020.

- Santos, J.M.F. (2017). **Património e Turismo; O Poder da Narrativa**. Lisboa: Edições Colibri.
- Saramago, J. (1985). **Viagem a Portugal**, Lisboa: Círculo de Leitores, Lda e Editorial Caminho SARL.
- Shaw, G.; Williams, A.M. (2004). **Tourism and Tourism Spaces**. London: SAGE Publications Ltd.
- Silva, S. (2013). **Turismo Interno – Uma visão integrada**. Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.
- Simões, J.; Cardoso, C. (Eds) (2009). **Turismo de Nicho - Motivações, Produtos, Territórios**. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos (CEG) -Universidade de Lisboa.
- Simmons, A. (2009). **The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling**. Londres: Basic Books.
- Sol, H., de Brito, M.P., Coelho, J.P., Figueira, L.M., Pratt, C., Lopes, E.R. (2017). Rooting a new event in its place: the case of Festa Templária, Tomar, Portugal, **International Journal of Event and Festival Management**, v. 8, n. 3, p.324-345. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJEFM-10-2016-0068> Acesso em: 10.05.2020.
- Tribe, J. (2011). **The Economics of Recreation, Leisure and Tourism**. Oxford: Elsevier.
- Turismo de Portugal. (2017). **Estratégia Turismo 2027**. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- Weston, R.; Guia, J.; Mihalič, T.; Prats, L.; Blasco, D.; Ferrer-Roca, N.; Lawler, M.; Jarratt, D. (2019). **Research for TRAN Committee – European tourism: recent developments and future challenges**, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels. Disponível em: <https://research4committees.blog/2019/10/29/european-tourism-recent-developments-and-future-challenges/> Acesso em: 13.12.2019.
- UNWTO; IPSOS. (2019). **Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures**, Madrid: UNWTO. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421107> .
- UNWTO. (2019). **The Future of Work and Skills Development in Tourism – Policy Paper**, Madrid: UNWTO. DOI: <http://doi.org/10.18111/9789284421213>
- UNESCO. (2017). **A New roadmap for the Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves**. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247418> Acesso em: 11.07.2020.
- UN – United Nations. (2020). **The Sustainable Development Agenda**. Disponível em: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/> Acesso em: 14.04.2021.
- Urry, J. (1995). **Consuming places**. London and New York: Routledge.

SOBRE O ORGANIZADOR

DAVID GARCÍA MARTUL (david.martul@urjc.es) (ORCIDId: <https://orcid.org/0000-0002-0160-9374>). Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. Graduado en Historia en la Universidad de Santiago de Compostela y Graduado en Documentación en la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor Europeo en Documentación por esta última universidad. Ha impartido docencia en numerosas universidades tanto en España, Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos, como en Universidades Europeas como la School of Journalism, Media and Cultural Studies de la University of Cardiff, en la University of Sheffield, la University of Brighton en Reino Unido o la HoogeSchool de Rotterdam. También ha sido docente en la Universidad de Guadalajara (México) y la UNAM. Ha participado en proyectos de investigación internacionales tanto con países europeos como africanos (con la Universidad Cheik Anta Diop y la Universidad de Cabo Verde) en el campo de la cooperación interuniversitaria para el desarrollo de herramientas de alfabetización digital. Cuenta con más de 60 trabajos de investigación científica en los campos de la Alfabetización Digital y Mediática, Documentación y Comunicación.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Accidente ferroviário 108, 109, 110

Aluguéis corporativos 318, 319

Ambiente 3, 6, 7, 8, 10, 65, 66, 76, 99, 129, 144, 145, 146, 150, 155, 161, 167, 195, 200, 228, 232, 233, 237, 246, 248, 289, 309, 320, 329, 332, 337, 342, 370, 422, 428, 432, 433, 438, 441, 444, 450, 483, 488, 489, 521

Análise envoltória de dados 252, 253, 257, 259, 264

Antivalores 516, 519, 524

Apoio institucional 53, 448, 451, 452, 460, 461

Aptidões dos gestores 300

Arbitraje social 86, 89, 94

Atendimento ao público 19, 21, 33, 34, 37

Atualização de literatura 278

Audit 266, 267, 269, 273, 274, 276

Auxílio-reclusão 71, 72, 73, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

B

Big data 387, 388, 390, 391, 394, 395, 398, 399

C

Campo Benfeito 448, 449, 452, 453, 454, 456, 459, 460, 462, 466, 471, 472, 473

Carreira 241, 242, 245, 246, 247, 250

Cidadã 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Cohesión social 96, 98, 99, 105, 107

Comportamento do consumidor 172, 173, 177, 178, 183, 184, 278, 287, 282, 416, 421, 422, 423, 427

Comunicación 91, 93, 104, 110, 113, 114, 134, 137, 138, 200, 503, 505, 510

Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela 482, 483, 484, 489, 493

COSO 128, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277

Cultura 10, 17, 38, 39, 40, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 69, 70, 76, 127, 135, 139, 153, 163, 168, 187, 245, 287, 308, 310, 312, 347, 351, 363, 388, 395, 423, 428, 430, 431, 432, 433, 434, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 455, 457, 458, 459, 463, 466, 467, 468, 469, 474, 478, 479, 480, 487, 488, 491, 500, 508, 512, 516, 522

Custos de informação 346, 348, 349, 350, 351, 352, 355, 360, 362

D

Dados em painel 201, 346, 354, 357

Decisiones 94, 98, 99, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 133, 134, 135, 137, 138, 197, 503, 508

Demonstrações contábeis 252, 253, 254, 256, 260, 261, 263, 264

Desastres 98, 99, 106, 108, 109

Desenvolvimento de jogos 38, 41, 42, 45, 47, 48, 50, 53, 59, 60

Desenvolvimento local 15, 328, 334, 343, 344, 444, 457, 459, 463, 480, 501

Desenvolvimento sustentável 228, 329, 339, 408, 428, 443, 463, 468, 469, 479, 480, 488, 489

Desplazamiento 515, 516, 519, 524

Desporto 10, 300, 301, 302, 303, 305, 306, 307, 310, 311, 312, 313, 315, 316

Diagnóstico situacional 186

Diversidade 68, 69, 166, 176, 241, 242, 248, 249, 250, 251, 315, 408

E

E-commerce 248, 416, 417, 418, 419, 424, 426

Economia da cultura 51, 439, 463, 480

Economias à escala 201

Economia social 170, 440, 463, 466, 469, 470, 478

Educación superior 186, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 197, 198, 199, 200, 506

Empreendedorismo 184, 340, 448, 449, 450, 451, 455, 457, 460, 461, 463, 465, 466, 467, 478, 480

Empreendedorismo rural 448, 449, 450, 451, 457, 460

Empresas 38, 40, 41, 44, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 74, 98, 126, 130, 131, 134, 135, 137, 138, 139, 145, 146, 151, 155, 156, 157, 162, 163, 164, 168, 185, 195, 201, 237, 238, 240, 243, 248, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 278, 294, 300, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 322, 347, 349, 350, 351, 365, 366, 370, 376, 386, 387, 388, 392, 393, 394, 395, 409, 413, 415, 417, 418, 419, 420, 425, 426, 427, 433, 436, 438, 449, 450, 451, 460, 479, 489, 502, 503, 505, 507, 508, 510, 514

Ensino Universitário 141

ERM 2017 266, 267, 269, 270, 272, 273, 274, 275, 277

Escolha de universidade 172

Estado e sociedade civil 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14

Estrategia 4, 98, 105, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 195, 198, 503

Estratégia de Internacionalização da Marca 365
Extensão do self 172, 173, 174, 177, 180, 182, 183
Externalidades do capital humano 201

F

Financial frauds 266, 267
Função de produção 201, 258
Función cognoscitiva 186, 196
Funciones universitarias 186, 199
Función ideológica 186, 198

G

Games 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 47, 49, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 58, 62, 63
Gastronomia típica 483, 484, 487
Gerencia 125, 126, 127, 128, 131, 135, 138, 139, 140, 190
Gestão de Equipas Empresariais-Comerciais 300
Gestão pública 10, 19, 76, 481
Gestión del riesgo 96, 99, 106
Globalización 139, 187, 189, 199, 503
Governança 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 250, 431, 436, 439, 446, 448, 469
Governança da AML 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

H

Home bias 346, 347, 349, 350, 351, 352, 353, 360, 361, 362, 363, 364

I

Imperativo tecnológico 241
Indústria criativa 38, 40, 57, 58
Información 109, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 122, 123, 127, 128, 135, 136, 190, 193, 200, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 511, 512, 523
Innovación 96, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 125, 126, 129, 139, 140, 186, 188, 200, 506, 514
Innovación social 96, 98, 99, 100, 101, 103, 105
Investimento estrangeiro 346, 347, 348, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 360
ISO 31000 266, 267, 272, 273, 274, 275, 277

J

Justiça 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 76, 80, 83, 163, 167, 469

L

Liderança 33, 300, 303, 304, 310, 311, 313, 314, 315, 316, 367, 368, 385, 386

M

Marketing de conteúdo 387, 391, 420

Marketing de rede 372, 376, 384, 385, 386

Marketing digital 372, 387, 388, 390, 393, 395, 397, 398, 399, 416, 417, 419, 420, 424, 426, 427

Marketing multinível 372, 376

Marketing público 300, 365, 372, 387, 388, 395, 397, 401

Marketing relacionado com causas 372

Marketing social 372, 401, 408, 409, 413, 414

Marketing turístico-público 387

Mercado de trabalho 160, 161, 166, 169, 248

Mercado imobiliário 319

Metodologias ativas 241, 242, 250

Mobile Marketing 387, 388, 392, 401, 402, 409, 410, 411, 414

Modelos de análise de decisão 252

Mudança 19, 53, 70, 77, 160, 161, 163, 166, 168, 169, 184, 244, 251, 310, 314, 344, 375, 388, 409, 445, 469

Município 9, 12, 13, 14, 19, 21, 23, 24, 34, 64, 67, 68, 69, 449, 457

O

Organização 4, 5, 10, 11, 16, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 48, 67, 70, 74, 142, 144, 145, 157, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 174, 175, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 237, 238, 239, 245, 256, 261, 294, 306, 311, 312, 313, 315, 330, 344, 372, 374, 412, 413, 419, 420, 429, 431, 442, 446, 450, 454, 457, 468, 483, 485, 500

P

Participação 1

Percepción social del riesgo 96, 99, 100, 102, 104, 105

Pesquisas relevantes 278

Pilares 167, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 239, 242, 484
Planeamento 8, 9, 16, 227, 228, 229, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 314, 437, 438, 439, 441, 449, 452, 486
Políticas culturais 38, 40, 42, 44, 51, 56, 58, 468, 481
Política social 15, 71, 168, 345
Políticas públicas 1, 2, 3, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 17, 18, 38, 40, 42, 43, 44, 47, 51, 56, 58, 62, 63, 65, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 76, 77, 78, 79, 84, 85, 92, 256, 294, 339, 340, 345, 431, 434, 436, 437, 440, 463, 468, 479, 518
Portugal 1, 2, 10, 15, 16, 17, 108, 161, 166, 168, 201, 202, 203, 204, 212, 223, 225, 226, 227, 230, 232, 240, 266, 300, 314, 346, 348, 353, 354, 365, 368, 372, 375, 379, 387, 395, 401, 408, 428, 429, 430, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 451, 454, 457, 461, 463, 464, 466, 470, 472, 473, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 489, 490, 499, 500
Previdência social 71, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 83, 84
Produtor de maracujá 328
Publicidade e Propaganda 141, 143, 144, 146, 147, 148, 152, 156, 157, 158

Q

Qualidade em saúde 19, 37

R

Região de Montemuro 448, 449, 454, 460, 477
Responsabilidade social 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 170, 365, 366, 369, 372, 401, 408, 413, 414, 415
Responsabilidade Social Corporativa 141, 142, 143, 145, 149, 152, 157, 158, 401, 408
Restaurativa 64, 65, 67, 68, 69, 70, 89

S

Saúde 10, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 37, 75, 76, 166, 169, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 239, 240, 283, 332, 336, 342, 345, 372, 374, 376, 401, 408, 409, 412, 441, 454
Sector de moldes 201
Segurança 6, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 75, 76, 166, 169, 243, 253, 307, 311, 318, 394, 441, 444, 472, 488
Sexual 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524
Situação socioeconômica 328, 330, 331, 336

Sociedades desiguales 86

Sudamérica 86

Sustentabilidade 2, 144, 147, 148, 150, 157, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240, 330, 428, 433, 437, 444, 457, 468, 478, 486, 497

T

Tecnología 25, 26, 39, 45, 76, 93, 185, 187, 189, 190, 200, 201, 241, 242, 243, 244, 245, 250, 300, 307, 344, 394, 399, 409, 414, 427, 428, 433, 437, 438, 444, 450, 460, 479, 503, 506

Tendências 70, 136, 191, 201, 281, 291, 318, 319, 387, 388, 390, 391, 395, 398, 400, 422, 435, 446, 487, 488, 500

Território 2, 5, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 26, 102, 196, 366, 411, 428, 433, 436, 437, 438, 443, 444, 446, 451, 457, 463, 464, 465, 473, 475, 478, 479, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 495, 497, 498, 513, 520

Territórios baixa densidade 463

Trabajo Social Forense 86, 87, 90, 95

Transformación adaptativa 96

Transtorno da Compra Compulsiva 278, 294

Triaje 109

Turismo 40, 192, 200, 340, 395, 397, 398, 400, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 449, 457, 460, 468, 478, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 491, 497, 499, 500, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 516, 519, 520, 523, 524

Turismo gastronómico 482, 483, 484, 485, 486, 497, 499

V

Víctima 89, 111, 114, 115, 118, 516, 517, 518, 519, 521, 522, 524



**EDITORA
ARTEMIS**