

JOGOS ELETRÔNICOS E O ELO COM O TURISMO: PROPOSTA DE APLICATIVO DE JOGO PARA O ATRATIVO TURÍSTICO BURACO DO PADRE

Ariadene Caillot¹ (UniSecal)
Paulo Henrique Franzão Silva - Orientador ² (UniCesumar)

Resumo: A pesquisa deste artigo consiste em analisar o possível elo entre a atividade turística e o uso de jogos móveis casuais para portáteis, com o intuito de promover a conscientização, divulgação e o conto da história dos atrativos naturais, propondo um jogo casual para o atrativo Buraco do Padre, localizado na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná. A investigação foi orientada pelos seguintes objetivos: analisar o conhecimento da comunidade sobre o atrativo e identificar os pontos relevantes que deveriam conter no jogo casual sobre o atrativo. A pesquisa teve a duração de seis meses, no período de março a outubro de 2018. A fundamentação teórica foi obtida por opção da pesquisadora em Engenharia da computação, Turismo e Psicologia. Os sujeitos participantes do estudo constituíram-se em 288 pessoas. Como instrumento de coleta de dados utilizou-se de um questionário com onze perguntas fechadas e duas abertas. Em relação aos procedimentos metodológicos caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de cunho bibliográfico. A análise dos indicadores pauta-se numa visão quantitativa e evidencia a necessidade de conscientização e propagação e informações sobre o atrativo. A presente pesquisa mostrou-se relevante uma vez que possibilitou identificar que em sua maioria, o atrativo era de conhecimento popular e parcialmente, já havia sido visitado pelos participantes, mas em contrapartida, a poucos afirmaram conhecer de fato a história do espaço. Como sequência deste trabalho de pesquisa, será elaborado um jogo casual para celular constando todos os pontos positivos e negativos encontrados no atrativo pesquisado bem.

Palavras-chave: Games, Turismo, Buraco do Padre

ELECTRONIC GAMES AND THE LINK WITH TOURISM: GAME APPLICATION PROPOSAL FOR THE TOURIST ATTRACTION PADRE HOLE

Abstract: The research of this article consists of analyzing the possible link between tourist activity and the use of casual mobile games for laptops, in order to promote awareness, dissemination and the tale of the history of natural attractions, proposing a casual game for the attractive Buraco do Padre, located in the city of Ponta Grossa, state of Paraná. The

¹ Graduada em Turismo (UEPG), Especialista em Gestão de Projetos (UniCesumar), pós-graduanda em Gestão Estratégica em Pessoas (UniSecal) e graduanda em Administração (UniSecal) – ariadenefmt@gmail.com

²Graduado no Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio (2013) pela Unicesumar, Especialista em EAD e as Tecnologias Educacionais (2015) e MBA em Agronegócio (2015) pela Unicesumar. Mestrando no Programa de Tecnologias Limpas pela Unicesumar. – paulohenrique@unicesumar.edu.br

research was guided by the following objectives: to analyze the community's knowledge about the attraction and to identify the relevant points that should be contained in the casual game about the attraction. The research lasted six months from March to October 2018. The theoretical foundation was obtained by the choice of the researcher in Computer Engineering, Tourism and Psychology. The subjects participating in the study consisted of 288 people. A questionnaire with eleven closed and two open questions was used as a data collection instrument. In relation to methodological procedures, it is characterized as an exploratory research of a bibliographic nature. The analysis of the indicators is based on a quantitative view and evidences the need for awareness and propagation and information about the attraction. The present research proved to be relevant since it made it possible to identify that most of the attraction was popular knowledge and partially, had already been visited by the participants, but in contrast, few claimed to know the history of space. As a result of this research work, a casual mobile game will be elaborated, with all the positive and negative points found in the well-researched attraction.

Keywords: *Games, Tourism, Padre Hole*

1 INTRODUÇÃO

Este artigo aborda sobre a possibilidade do elo entre a atividade turística e os jogos eletrônicos casuais, para propiciar a conscientização e conhecimento sobre o atrativo Buraco do Padre. Ele está subdividido em três tópicos nas quais contemplam primeiro acerca do turismo e suas definições, seguida de sua ligação a área de psicologia referente às motivações turísticas e por fim, a conceituação e elo entre turismo e jogos eletrônicos. Após a apresentação dos tópicos, será abordada sua metodologia empregada, análise dos resultados do questionário aplicado, a construção do projeto para o jogo casual e por fim, as considerações finais.

2 TURISMO

A atividade turística é um movimento econômico e sociocultural, que devido ao fato do deslocamento de pessoas com o intuito de estarem visitando outros locais para suprir suas necessidades de lazer, saúde, negócios, estudos, entre outros. Atualmente, o movimento ocorre pela procura de espaços turísticos de cunho histórico-cultural, natural, saúde, rural, eventos e áreas de litoral.

Tenho conceituado o turismo como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como é a que preço. Nesse processo intervém inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que dita a escolha dos destinos, a permanência. Os meios de transporte e a alojamento bem como objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico humanismo, profissional, e de expansão de negócios.

Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais como produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 2008,p. 37)

A atividade ocorre graças às necessidades pessoais dos indivíduos, criando-se e capacitando-se locais com perfis variados para estar atendendo estas pessoas. Sua área abrangente de serviços e estudos o caracteriza como uma atividade multidisciplinar e interdisciplinar. “[...] o turista, aquele que viaja para conhecer novos locais, para descansar, para espairecer em um ambiente diferente daquele onde tem sua moradia” (DIAS, 2006 p.1).

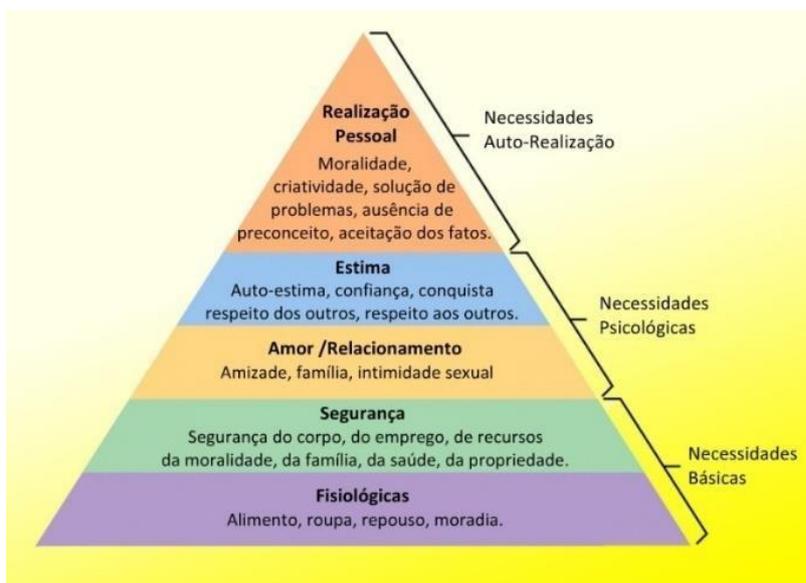
As necessidades são os desejos humanos primordiais para despertar as motivações necessárias para que ocorra o deslocamento do indivíduo de sua residência para o local de interesse, com o intuito de suprir tais necessidades.

2.1 A MOTIVAÇÃO E O TURISMO

A necessidade de lazer, férias, feriados, conhecer novos espaços, comparecer a eventos ou cuidar da saúde, tornam-se o fator primordial para gerar o que chamamos de motivação turística. É ele o motor para propiciar os deslocamentos de pessoas.

Maslow (1970) percebendo que o fator da necessidade é o que motiva as pessoas, notou que existem várias necessidades humanas, nas quais classificou-as em cinco categorias (figura 1), e ao suprir o primeiro nível de necessidade, segue as necessidades do próximo nível a serem saciadas. Robbins apud Ferreira (2010) detalhou as cinco fases da seguinte forma:

- Fisiológicas: incluem fome, sede, abrigo, sexo e outras necessidades corporais.
- Segurança: inclui segurança e proteção contra danos físicos e emocionais.
- Sociais: Incluem afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo.
- Estima: Inclui fatores internos de estima, como respeito próprio, realização e autonomia; e fatores externos de estima, como status, reconhecimento e atenção.
- Auto-realização: a intenção de tornar-se tudo aquilo que a pessoa é capaz de ser; inclui crescimento, autodesenvolvimento e alcance do próprio potencial



Fonte: Cubo Mágico Brasil
 Figura 1: Pirâmide de necessidades de Maslow (1970)

Assim, para gerar pessoas com motivação turística, precisa-se que as necessidades básicas sejam supridas. A partir dela, que irá determinar o seu perfil turístico, tipo e localidade a ser escolhida. Tais fatores que determinam a demanda e as escolhas dos futuros turistas. Segundo Stefani e Oliveira (2015, p.74) chama-se estes fatores determinantes de comportamentos do consumidor (figura 2).



Fonte: STEFANI e OLIVEIRA (2015, p.74)
 Figura 2 – Comportamento do consumidor

Tais fatores acima poderão determinar os destinos voltados para cada segmento do turismo, assim existem as cidades de negócios, como a capital São

Paulo, a cidade história de Lapa no Paraná, cidades universitárias como Campinas no estado de São Paulo, cidades litorâneas voltadas ao lazer e eventos como Balneário Camboriú, além da existência de espaços específicos como, Centro de saúde e estética, RPPNs e Parques nacionais, entre os diversos espaços existentes voltados ao turismo.

Crato apud Caillot (2014, p.20) reúne os requisitos que cada segmento deverá haver para contemplar e suprir as necessidades do futuro turista (Quadro 1).

Motivação da Viagem	Requisitos do Turista
Negócios	<ul style="list-style-type: none"> – Boa rede de comunicações (telefone, fax, e-mail) – Boas acessibilidades – Espaços para a realização de reuniões
Saúde e Bem-Estar	<ul style="list-style-type: none"> – Conforto das instalações – Variedade de tratamentos disponíveis
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> – Alojamentos próximos – Património histórico e arquitetónico do local – Oferta de eventos culturais – Gastronomia local
Descanso/Lazer	<ul style="list-style-type: none"> – Qualidade ambiental do destino – Conforto e tranquilidade do alojamento – Oferta de atividades de animação
Desporto	<ul style="list-style-type: none"> – Qualidade dos equipamentos e infraestruturas desportivos – Proximidade aos alojamentos – Tipo de equipamento e infraestrutura disponível
Natureza	<ul style="list-style-type: none"> – Património natural – Qualidade ambiental do local – Oferta de atividades outdoor (contato com a natureza)

Fonte: Crato apud Caillot (2014, p.20)
Quadro 1 - Teoria de Crato adaptado

2.2 TURISMO EM ÁREAS NATURAIS

Em tempos atuais a uma procura pela oferta do turismo em áreas naturais, instigada por estudos científicos, descoberta de novas espécies e contato

com a natureza, criando-se o fluxo de pessoas para áreas de destaque ecológico.

Segundo Scherer, et al. (2012, p.74):

As áreas naturais são consideradas como refúgio da vida silvestre, atraindo a curiosidade de muitas pessoas dispostas a conhecer espécies da flora e fauna ameaçadas de extinção. Diante disso, o Turismo tem sido uma atividade cada vez mais praticada nas áreas naturais, por agregar não somente o lazer e o entretenimento, mas também a sensibilização dos visitantes quanto ao uso sustentável e preservação dos recursos ambientais.

Quando bem planejada, a atividade turística visa à proteção dos espaços naturais, valorização do espaço e sua história mediante a comunidade local, promove a conscientização e a propiciação para pesquisas científicas. Como afirma *Ibidem* apud Moreira (2014, p. 25), o turismo ajuda a melhorar a qualidade ambiental no local onde ocorre a prática da atividade, auxiliando na conservação naturais e vida selvagem, melhoria da infraestrutura do espaço e aumento da conscientização ambiental.

Como exemplo, a Apa de Caiuruçu, na qual, após as ocupações humanas e a perda de uma porção significativa da Mata Atlântica na região Sudeste, a Secretaria Especial do Meio Ambiente – SEMA criou a área de Proteção ambiental, na qual hoje em dia está estimulando o Turismo Sustentável. (ICMBIO, 2018).

Na região dos Campos Gerais, estado do Paraná, outro exemplo de rico potencial, utilizando-se dos conceitos de turismo em área naturais anteriormente citadas, percebe-se a riqueza destes espaços, mas em prol das atividades praticadas pelos visitantes diante de sua má conduta perante as áreas naturais, somado a um descontrole de fluxo de visitantes e sem a existência de infraestrutura adequada, criou-se no município, o Parque Nacional dos Campos Gerais, na qual será abordado no próximo tópico.

2.3 PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS – PNCG

É uma unidade de Conservação federal criada em 2006, localizada no Estado do Paraná, abrange os municípios de Ponta Grossa, Carambeí e Castro. A área possuiu formações geográficas com furnas, capões, arenitos furnas e cachoeiras. O PNCG foi criado com o intuito de preservação da natureza,

conscientização ambiental e difusão de pesquisas acadêmicas. Baptista e Moreira (2013, p.34).

Estes atrativos possuem grande potencial para a prática do Ecoturismo e do Geoturismo, podendo fomentar assim a atividade e representar uma nova fonte de renda para a toda a região. Baptista e Moreira (2013, p.34).

2.4.1 BURACO DO PADRE

É uma queda d'água localizada no segundo Planalto Paranaense, no município de Ponta Grossa, formando pelo Rio Quebra – Perna no interior de uma furna. Camargo et al apud ROCHA (2001),

Segundo Camargo et al apud ROCHA (2001), “trata-se de uma furna encaixada na falha geológica do Rio Quebra Perna, que cai lateralmente em forma de cachoeira dentro do poço”.

Ele se encontra na propriedade particular da metalúrgica Águia LTDA. A área é usada principalmente como forma de lazer da população local e para a prática de modalidades esportivas.

2.5 JOGOS, TURISMO E *TOUR* VIRTUAIS.

Os jogos de toda forma estiveram presentes em todo o decorrer da história da humanidade, desde os jogos olímpicos e até em 1951, onde foi o nascimento dos jogos eletrônicos. O jogo de toda forma, é uma prática onde é colocado o jogador para se entreter e aprender com a brincadeira. Assim pode-se agregar a cultura, esporte, saúde, natureza, entre outros.

Kashiwakura (2008, p. 29) afirma que:

“Em termos mais específicos, o conceito de jogo pode ser relacionado com o lúdico, com um sistema de regras formais, com a capacidade humana de brincar, tornando assim um instrumento que faz com que os jogadores adquirirem conhecimento e aprendizado”.

Em seu conteúdo, podem agregar a divulgação de produtos, como marcas de roupas, perfumes, acessórios e até mesmo o turismo, com a reprodução de atrativos turísticos. A passagem de informações é dinâmica e

direta, sendo uma ferramenta interessante para motivação do turismo.

E atualmente com este desenvolvimento tecnológico desenfreado, os indivíduos possuem um amplo acesso a informações, jogos e viagens virtuais, como por exemplo, o Google Maps. Algumas agências de viagens já estão utilizando tais recursos para aumentar suas vendas.

“Nessas viagens, o indivíduo se relaciona com a máquina e com o seu próprio imaginário que é estimulado por impulsos neuroartificiais os quais possibilitam experimentar sensações, na tentativa de incentiva-lo a comprar pacotes turísticos. Para tanto, os simuladores de realidade virtual são preparados para promover experiências motivadoras e sobretudo prazerosas” (PORTUGUEZ, 2001, p. 43).

Com tal evolução da tecnologia aliada ao turismo, como aumentar de forma significativa a motivação deste futuro turista a se deslocar até o seu local escolhido, os jogos virtuais por se utilizarem de imagens, sons e interação, poderão ser aliados interessantes para a realização de tours virtuais.

3 METODOLOGIA

A metodologia caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de cunho bibliográfico. A análise dos indicadores pauta-se numa visão quantitativa de forma multidisciplinar, envolvendo áreas relacionadas à Engenharia da Computação, Turismo e Psicologia. Engenharia da computação foi utilizada para a conceituação do que viria ser os jogos eletrônicos, psicologia para determinar as motivações humanas como forma de propiciar o deslocamento de pessoas para um determinado local a fim de praticar a atividade turística. Tal embasamento serviu para criar o elo de benefícios entre a atividade turística e os jogos eletrônicos casuais poderiam propiciar o deslocamento de pessoas para o atrativo natural Buraco do Padre.

A partir deste levantamento teórico, necessitou-se avaliar quais aspectos eram de conhecimento da população local e do entorno sobre o atrativo turístico, para que assim o jogo eletrônico foca-se em suprir estas informações. Os critérios utilizados foram à idade, gênero, conhecimento da história do local, conhecimento de sua localização geográfica bem como, se já havia se deslocado até o atrativo

turístico natural.

Com a identificação de quais informações precisaria ser fornecidas para os jogadores, o próximo passo foi à escolha do modelo e características de jogo casual a ser utilizado. Tais resultados são apresentados no decorrer na pesquisa.

3.1 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa foi realizada com os habitantes da cidade de Ponta Grossa e municípios do entorno acerca de seu conhecimento sobre o atrativo Buraco do Padre, localizado na cidade de Ponta Grossa, estado do Paraná, pertencente ao Parque Nacional dos Campos Gerais. A pesquisa envolveu 288 pessoas de ambos os gêneros e de diversas faixas etárias.

3.2 TÉCNICA UTILIZADA

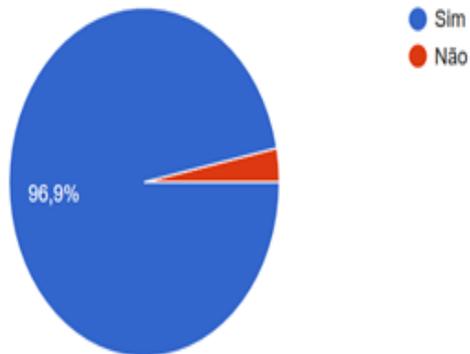
Primeiramente foi aplicado um questionário postado em grupos da Rede Social Facebook, relacionados ao município de Ponta Grossa. Ao todo foram onze questões fechadas e duas abertas, destacam-se aqui as questões acerca da visita ao atrativo, conhecimento da história e localização geográfica do local.

4. ANÁLISES DOS DADOS E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

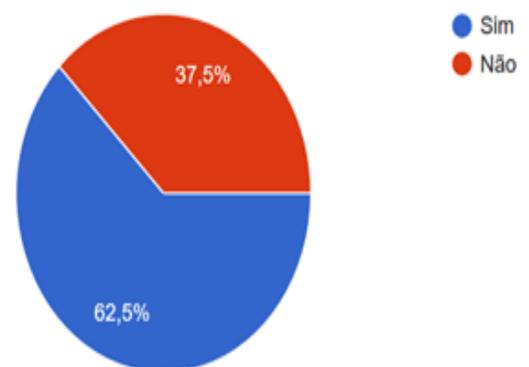
Em seu total, foram captadas 288 respostas. Nos gráficos 1 e 2 abaixo, a população local e do entorno possui conhecimento da existência do local, o que já não ocorre no gráfico ao lado, na qual, temos decréscimos na questão relacionada quanto a visitação do local.

Você já ouviu falar sobre o atrativo Buraco do Padre? Já visitou o atrativo Buraco do Padre?

288 respostas



288 respostas

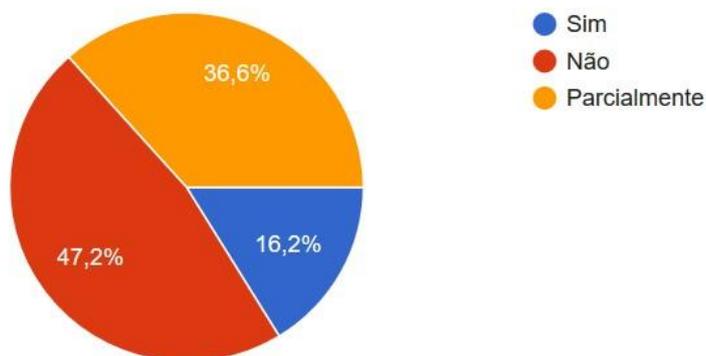


Fonte: Autora
Gráfico 1 e 2

Sobre a história do espaço (Gráfico 3), a pesquisa chega em um ponto interessante que poderá ser trabalho no jogo eletrônico casual: História do atrativo turístico. No gráfico abaixo apenas 16,20% conhecem a história por completo e 36,60% conhecem a história parcialmente. No espaço aberto para sugestões e reclamações, inúmeros comentários sobre a poluição que o local recebe.

Você conhece a história sobre o atrativo Buraco do Padre?

265 respostas



Fonte: Autora
Gráfico 3

Se atrativos turísticos naturais são atrativos pela sua beleza cênica e contato com a natureza, aliado a história do local, o mesmo poderia potencializar

as companhias de conscientização do espaço natural, pois criaria uma identidade com a população local e o atrativo turístico.

4.1 CONCEPÇÕES DOS ELEMENTOS BÁSICOS DO JOGO CASUAL PARA O ATRATIVO

Analisando os dados, chegamos à concepção dos elementos básicos que o jogo casual acerca do atrativo Buraco do Padre deverá possuir como podemos ver no quadro abaixo:

Elementos Básicos para o projeto do Jogo	
Objetivos do jogo	Impedir turista a degradar o local
	Contar a história do atrativo
	Eliminar focos de degradação
Personagem:	Gênero: Homem ou Mulher
	Profissão: Guia de Turismo
Três finais possíveis	Um local totalmente preservado
	Um local mais ou menos preservado
	Um local totalmente destruído
Cenário	Buraco do Padre - Ponta Grossa - Paraná
Jogabilidade	Mundo aberto
	Terceira Pessoa
	Toque na tela
Ações	Interação NPCs:
	Interação objetos
	Investigação: focos de degradações
História personagem principal:	Formado(a) em técnico em Guia de Turismo Regional e apaixonado (a) pela história dos Campos Gerais, começou a trabalhar faz um mês no atrativo, agendando e guiando grupos pelo Buraco do Padre, encontra-se indignado com o potencial desperdiçado do espaço, além da degradação que o mesmo sofre com a má conduta de seus visitantes. Sua ação no decorrer no tempo que estará trabalhando no local irá influenciar diretamente no futuro do atrativo daqui a trinta anos e no sucesso profissional do personagem.

Fonte: Autora

Elementos Básicos para o projeto do Jogo

O principal fator para promover conscientização e conhecimento da história se dará acerca da interação do jogador com os personagens não jogáveis (NPCs), no caso aqui, serão turistas e colegas de profissão presentes no espaço. Essa interação se dará por meio de escolhas através de diálogos, que poderão auxiliar na conscientização ou retarda-la. A interação com objetos e a investigação

de fatores fora do comum, servirão para auxiliá-lo na sua trajetória profissional e no efeito de conscientização dos futuros visitantes ao atrativo.

O jogador poderá ainda escolher quando quiser guiar grupos de turistas, auxiliar na restauração de locais degradados, auxiliar colegas, apanhar objetos descartados incorretamente nas trilhas e colocá-los em seu devido lugar. Todas as ações acarretarão em um dos três finais programados. A intenção do jogo será demonstrar os efeitos das escolhas e desempenho do jogador, mostrando o resultado ao final do jogo, na qual, possam conscientizar o jogador de suas ações e como poderá corrigi-las, caso o final não lhe agrade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

neste artigo que com a expansão tecnológica e do perímetro urbano, os seres humanos a cada dia diminuem o seu contato com a natureza e quando o tentam, podem executar atividades má intencionadas ocorrendo assim poluição e degradação dos espaços turísticos naturais.

Assim, o Turismo pode-se prevalecer do uso da tecnologia para além de divulgação de seus atrativos naturais, promover consequentemente a conscientização daquele espaço e orientação do uso do mesmo. Essa interação entre a tecnologia e o futuro turista poderá se dar através de jogos casuais para celulares e tablets, muito populares atualmente, como por exemplo, no atrativo Buraco do Padre, pode-se perceber que a maioria afirmou não conhecer a história do local e no espaço aberto para sugestões e reclamações, inúmeros comentários sobre a poluição que o local recebe.

Por fim, foram elencados os elementos básicos principais que o jogo deverá possuir para promover a conscientização e sua mecânica para que gere tais resultados. O jogo promoverá através das ações do jogador dentro do contexto apresentado, o resultado que o mesmo trata daqui a trinta anos no atrativo. Futuramente, em novas pesquisas, esperasse que o jogo proposto aqui seja desenvolvido e ofertado nas lojas virtuais para celulares afim de, contribuir com a conscientização e propagação de informações sobre o atrativo Buraco do Padre. Este projeto poderá servir futuramente para inspirar a criação de outros jogos para promover o turismo em todas as suas áreas.

REFERÊNCIAS

- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 13 ed. Senac: São Paulo, 2008.
- BAPTISTA, Leandro, MOREIRA, Jasmine Cardozo. Parque Nacional dos Campos Gerais (PR) e Turismo: Um olhar através da comunidade local. **Revista Nature and Conservation**, Aquidabã, v.6, n.1, Nov, Dez 2012, Jan, Fev, Mar, Abr 2013.
- CAILLOT, Ariadene. **O Mundo Virtual, as Necessidades e as Motivações**: Jogos Eletrônicos e Turismo. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2014.
- DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural**: Recursos que acompanham o crescimento das cidades.2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- FERREIRA, et.al. **A Teoria das Necessidades de Maslow**: A Influência do Nível Educacional Sobre a sua Percepção no Ambiente de Trabalho. Anais. XIII SemeAd: Seminário em Administração. 2010.
- ICMBIO. **Plano De Manejo Da Área De Proteção Ambiental De Cairuçu**. Paraty – RJ, 2018.
- KASHIWAKURA, Eduardo Yukio. **Jogando e Aprendendo**: Um Paralelo Entre Videogames e Habilidades Cognitivas. 2008. Dissertação (Mestrado em tecnologias da inteligência e Design digital) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- MASLOW, A.H. **Motivation and Personality**. 2º Ed. New York: Harper & Row Publishers,1970.
- MOREIRA, Jasmine Cardozo. **Geoturismo e interpretação ambiental**. 1 ed. UEPG: Ponta Grossa, 2014.
- PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Consumo e espaço**: Turismo, Lazer e outros Temas.
- ROCHA, A. R. P. **Proposta de Implantação e infra-estrutura turística na região do ‘ Buraco do Padre – Ponta Grossa – PR. Com base no atrativo ‘The Flume Gorge’ Parque Estadual Franconia Notch New Hampshire Estados Unidos da América**. PG, 2001 UEPG, setor de ciências humanas, letras e artes.
- SCHERER, Lisiane, et al. Turismo em áreas Naturais: um estudo de Caso no Município de Canela (RS). In: VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul: Turismo e paisagem: relação complexa. 2012, Caxias do Sul. **Anais....** Caxias do Sul: UCS, 2012.
- STEFANI, Claudia de, OLIVEIRA Luana Mendes de. **Compreendendo o turismo**: um panorama da atividade. 1 ed. Curitiba: Inter saberes, 2015.