



# ***Turismo, Sociedade e Ambiente*** **2**

Christopher Smith Bignardi Neves  
(Organizador)

**Atena**  
Editora  
Ano 2021



# ***Turismo, Sociedade e Ambiente*** **2**

Christopher Smith Bignardi Neves  
(Organizador)

**Atena**  
Editora  
Ano 2021

**Editora Chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Assistentes Editoriais**

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto Gráfico e Diagramação**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da Capa**

iStock

**Edição de Arte**

Luiza Alves Batista

**Revisão**

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo 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).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília  
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angéli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

### **Conselho Técnico científico**

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí  
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais  
Prof. Me. Alexandre Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras  
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia  
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais  
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar  
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas  
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará



Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília  
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa  
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia  
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases  
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina  
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí  
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein  
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora  
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas  
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará  
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri  
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo  
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás  
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina  
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza  
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College  
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social  
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe  
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay  
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco  
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis  
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR  
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu  
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe  
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná  
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz  
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados  
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas  
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo  
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior  
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo  
Prof. Me. Marcos Roberto Gregolin – Agência de Desenvolvimento Regional do Extremo Oeste do Paraná  
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará  
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais  
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembí Morumbi  
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília  
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa  
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba  
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão  
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Sullivan Pereira Dantas – Prefeitura Municipal de Fortaleza  
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Universidade Estadual do Ceará  
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista



**Bibliotecária:** Janaina Ramos  
**Diagramação:** Maria Alice Pinheiro  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Christopher Smith Bignardi Neves

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

T938 Turismo, sociedade e ambiente 2 / Organizador Christopher Smith Bignardi Neves. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-267-5

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.675211607>

1. Turismo. I. Neves, Christopher Smith Bignardi (Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

Neste segundo volume de Turismo, Sociedade e Ambiente continuamos a apresentar inquietações e discutir experiências nacionais e internacionais acerca das tendências e avanços de pesquisas em turismo, que englobam gestão, sustentabilidade, viagens, restauração e hotelaria. Neste volume pesquisadores, gestores e profissionais do turismo, apresentam os últimos desenvolvimentos na literatura acadêmica, compartilhando seus conhecimentos com vocês leitores, estudantes e pesquisadores.

Quando o primeiro volume<sup>1</sup> foi publicado em 2020, os impactos econômicos e sociais do turismo e da hospitalidade, derivados do período pandêmico preocupavam o setor público e privado. Após milhões de vidas ceifadas mundialmente, a vacinação proporcionou à indústria do turismo um novo recomeço.

Esta obra contribuiu para um melhor entendimento do Turismo, da Sociedade e do Ambiente, os autores apresentam o que almejam para o futuro, tanto no setor público (envolvendo a gestão de produtos e destino) e no setor privado (empresas), apresentam novos pensamento, novos modelos e novas percepções.

No *Capítulo 1*, Pedro Carvalho realiza uma revisão de literatura sobre o turismo de negócios, enfatizando os principais conceitos. No *Capítulo 2*, Laís Vicente e Lélío Rosa analisam ações sustentáveis dos restaurantes de hotéis cariocas. Nathan Oliveira, Eliane Freire e Thiana Tries abordam no *Capítulo 3* o imponente Copacabana Palace, registrando-o como um marcador na memória social. Josefa Moura, Andréia Lisboa e Giliard Ribeiro investigam no *Capítulo 4* se o entretenimento a bordo em cruzeiros marítimos representa um fator de atratividade.

No *Capítulo 5*, Karoliny Carvalho analisa o turismo rural como meio para desenvolver comunidades quilombolas em Alcântara (MA). Bárbara Ternovski e Luiz Souza descrevem no *Capítulo 6* o roteiro do Projeto Conhecendo PG (Ponta Grossa, PR). O *Capítulo 7* apresenta os principais impactos negativos sofridos pela oferta turística de Foz do Iguaçu (PR), no estudo desenvolvido por Andressa Szekut, Ana Cristina Oliveira, Petterson Gherlhandi e Alfredo Aguiar, é abordado a crise econômica e sanitária oriunda da pandemia da COVID-19.

No *Capítulo 8*, Leylane Martins e José Villar descrevem o Aplicativo de Governança Turística, que além de aumentar a eficiência e a produtividade, auxilia no gerenciamento estratégico e operacional da gestão do turismo. Nathan Oliveira apresenta no *Capítulo 9*, a Metodologia Multicritério de Apoio à Decisão Construtivista (em inglês, *Methodology Multicriteria Decision Aid – Constructivist – MCDA-C*), instrumento que apoia tomadas de decisão e intervenção. No *Capítulo 10*, Fábía Lopes, Giovanna Gomes e Waléria Mendes retratam a importância do uso da Língua Brasileira de Sinais (Libras) em visitas guiadas, buscando deste modo romper com as barreiras da comunicação.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-ebook/3714>

Essa publicação oferece perspectiva diferentes do Turismo, Sociedade e Ambiente que constituem alguns marcos teóricos atualizados dos temas em análise, que são complementados com estudos de casos, boas práticas e dados relacionados a contextos turísticos. Os capítulos buscam oferecer ao leitor, comunidades acadêmicas, organizações de gestão de destinos, associações do terceiro setor e empresários do turismo *insights* sobre os desafios do turismo em contextos pré e pós-pandemia.

Boa Leitura!

Christopher Smith Bignardi Neves

## SUMÁRIO

### CAPÍTULO 1..... 1

TURISMO DE NEGÓCIOS – REUNIÕES COLETIVAS OU INDIVIDUAIS, EIS A QUESTÃO?

Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116071>

### CAPÍTULO 2..... 13

GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL: DIAGNÓSTICO DO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS DE HOTÉIS DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Laís Menezes Marcelino Vicente

Lélio Galdino Rosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116072>


### CAPÍTULO 3..... 25

HOTELARIA COMO VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO: O COPACABANA PALACE HOTEL

Nathan Marques Oliveira

Eliane Cristina de Castro Freire

Thiana Mayara Tries

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116073>


### CAPÍTULO 4..... 39

O ENTRETENIMENTO COMO FATOR DE ATRATIVIDADE DOS CRUZEIROS MARÍTIMOS

Josefa da Silva Moura

Andréia da Silva Lisboa


Giliard Sousa Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116074>

### CAPÍTULO 5..... 55

O TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES DE ITAMATATUIA E SANTA MARIA EM ALCÂNTARA, MARANHÃO (BRASIL)

Karoliny Diniz Carvalho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116075>

### CAPÍTULO 6..... 66

PROJETO CONHECENDO PG: DESCRIÇÃO DO ROTEIRO HISTÓRICO CULTURAL – PRAÇA MARECHAL FLORIANO PEIXOTO

Bárbara Ternoviski

Luiz Fernando de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116076>



<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>71</b>
IMPACTOS NEGATIVOS NA OFERTA TURÍSTICA DE FOZ DO IGUAÇU EM DECORRÊNCIA DAS SUSPENSÕES DE ATIVIDADES POR CONTA DA COVID-19	
Andressa Szekut	
Ana Cristina Rempel de Oliveira	
Petterson Eduardo Souza Gherlhandi	
Alfredo Brito Aguiar	
doi <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116077">https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116077</a>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>88</b>
TECNOLOGIA MÓVEL NO TURISMO: O APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA (GTUR)	
Leylane Meneses Martins	
José Wellington Carvalho Villar	
doi <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116078">https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116078</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>101</b>
MODELO MULTICRITÉRIO DE APOIO À DECISÃO CONSTRUTIVISTA NA IMPLANTAÇÃO DE HOSPEDAGEM ALTERNATIVA NO DESTINO DE ITAIPULÂNDIA/PR	
Nathan Marques Oliveira	
doi <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116079">https://doi.org/10.22533/at.ed.6752116079</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>115</b>
A RELEVÂNCIA E DESAFIOS DA INSERÇÃO DA LIBRAS NO GUIAMENTO TURÍSTICO	
Fábia Raiane Santos Lopes	
Giovanna Adriana Tavares Gomes	
Waléria Batista da Silva Vaz Mendes	
doi <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.67521160710">https://doi.org/10.22533/at.ed.67521160710</a>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>127</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>128</b>

# CAPÍTULO 4

## O ENTRETENIMENTO COMO FATOR DE ATRATIVIDADE DOS CRUZEIROS MARÍTIMOS

*Data de aceite: 01/07/2021*

### **Josefa da Silva Moura**

Graduada em Tecnologia em Gestão de Turismo pelo IFSP/Campus Cubatão.

### **Andréia da Silva Lisboa**

Graduada em Tecnologia em Gestão de Turismo pelo IFSP/Campus Cubatão

### **Giliard Sousa Ribeiro**

Mestre em Cultura e Territorialidades pelo IACS/UFF. Professor do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFSP/Campus Cubatão

**RESUMO:** O objetivo deste trabalho é analisar quais fatores são fundamentais para tornar-se um cruzeiro atrativo, buscando entender se a possibilidade do fator principal ser o entretenimento a bordo. Para tanto, o caminho metodológico realizado foi uma pesquisa exploratória com aplicação de questionário quantitativo, criado pela ferramenta do Google formulário encaminhado em grupos de passageiros que já viajaram em um cruzeiro marítimo do Facebook, e uma pesquisa qualitativa com dois agentes de viagens. A partir das respostas coletadas podemos traçar o perfil e suas motivações. Observamos que o perfil dos passageiros é fortemente caracterizado por mulheres entre 30 e 50 anos, com interesse na qualidade da prestação dos serviços e na facilidade de ter o pacote completo em um único

espaço, o cruzeiro.

**PALAVRAS - CHAVE:** Cruzeiros Marítimos; Lazer; Atratividade.

### ENTERTAINMENT AS A FACTOR OF ATTRACTIVENESS OF THE MARITIME CRUISES

**ABSTRACT:** The objective of this work is to analyze which factors are fundamental to become an attractive cruise, trying to understand if the possibility of the main factor is the entertainment on board. To do so, the methodological path was an exploratory survey with application of quantitative questionnaire, created by the Google tool form addressed in groups of passengers who have already traveled on a Facebook cruise, and a qualitative research with two travel agents. From the answers collected we can trace the profile and its motivations. We observed that the profile of the passengers is strongly characterized by women between the ages of 30 and 50, with an interest in the quality of service and the ease of having the complete package in a single space, the cruise.

**KEYWORDS:** Sea cruises; Recreation; Attractiveness.

### INTRODUÇÃO

O entretenimento vem do latim inter (entre) tenere (ter). “Deter, fazer demorar, para desviar a atenção; para distrair” (AURÉLIO, 2011). Sendo assim, essa pesquisa considera o entretenimento como principal ferramenta de lazer e diversão para as pessoas saírem em

meio a correria do dia a dia, que se torna um ciclo entre trabalho, casa, trabalho e assim sucessivamente, as pessoas têm uma vida cada vez mais acelerada, diante dessa correria, quando encontram um tempo livre preferem se entreter com algo que as agrade e que tire a atenção da sua rotina diária. E para tal, o cruzeiro marítimo pode ser uma ótima opção, pois dentro do cruzeiro é possível aproveitar todas as suas características, principalmente o entretenimento, já que os navios de cruzeiros oferecem uma vasta opção de lazer e entretenimento, tudo isso para os cruzeiristas aproveitarem da melhor forma possível: se divertindo, sem precisar sair do navio.

Dessa forma, buscamos identificar se o entretenimento é fator diferencial na escolha de um cruzeiro marítimo, utilizamos o método exploratório e para isso foi elaborado dois tipos de questionários, quantitativo e qualitativo, o primeiro questionário foi aplicado ao público que já viajou de cruzeiro marítimo, contendo perguntas fechadas e abertas e obteve um total de 264 respondentes, já no segundo questionário, como buscamos conhecer a opinião de especialistas de turismo referente ao tema, foi aplicado um questionário qualitativo para dois agentes de viagens. Os dois questionários destinados a públicos diferentes mas com o mesmo objetivo, compreender se o entretenimento é um fator determinante na escolha do cruzeiro. Os questionários foram aplicados on-line, por meio da ferramenta Google Forms.

Por oferecer serviços turísticos os cruzeiros passam a ser uma indústria própria dentro turismo, e essa indústria de cruzeiros vem crescendo exponencialmente em todo o mundo. De acordo com o escritório brasileiro da *Cruise Lines International Association* (CLIA-Brasil)<sup>1</sup>. Segundo Dwyer e Forsyth (1998) e Wood (2000), os cruzeiros são o segmento turístico que mais cresce em todo o mundo, o que vai de acordo com a afirmação da CLIA, pois, com o avanço crescente da tecnologia é evidente que o cruzeiro deixou de ser apenas um meio de transporte hidroviário de deslocamento para o destino turístico para a elite, tornando-se assim também a própria experiência turística e de maior acessibilidade nos dias de hoje.

Segundo a CLIA, sobre a temporada de 2018/2019 estima-se que esse período de atividades tenha um impacto na economia brasileira acima de R\$ 2 bilhões, considerando os 15% de aumento no total de viajantes embarcados, em relação à temporada anterior de 2017/2018, que injetou mais de R\$ 1,792 bilhão na economia nacional.

Os números mostram que estamos retomando um importante ritmo de crescimento, o que causa efeito em todos os setores, gerando mais lucratividade e consequente, mais empregos. Segundo o Terminal Marítimo de Passageiros - Giusfredo Santini (CONCAIS)<sup>2</sup>, a Argentina, Uruguai e Salvador foram os destinos que mais movimentaram passageiros e o número de escalas aumentou de 88 para 100. Alguns dos destinos mais desejados do país foram: Rio de Janeiro, Santos, Búzios, Salvador, Ilha Grande, Ilhabela, Ilhéus, Balneário

1 CLIA-Brasil. Cruise Lines Internacional Association (CLIA). Maior associação da indústria de cruzeiros do mundo. Disponível em: <<https://abremar.com.br/clia-abremar-brasil/>>. Acesso em: 17 abr 2019.

2 G1 SANTOS. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/porto-mar/noticia/2019/04/15/temporada-de-cruzeiros-movimenta-mais-de-600-mil-passageiros-em-santos.ghtml>>. Acesso em: 18 abr. 2019

Camboriú, Portobello, Cabo Frio, Recife, Angra dos Reis, Maceió, Ubatuba e Fortaleza.

Conforme um levantamento realizado pelo Ministério do Turismo (MTur) em 2016 junto à CLIA-Brasil, 88,8% dos viajantes de cruzeiros relataram que querem repetir a experiência. Constatou-se que 63,8% dos cruzeiristas viajavam pelas águas brasileiras pela primeira vez. Muitos turistas são atraídos pela comodidade de encontrar em um único lugar: transporte, hospedagem, alimentação incluídos, além de entretenimento para todos os gostos.

### Um breve histórico dos navios de cruzeiro

A prática de cruzeiros marítimos cresceu gradualmente a partir das tradições de viagens transatlânticas. Não bastando somente transportar os passageiros, mas sim, levar maior comodidade. Foram sendo introduzidos aos navios, salões decorados com lustres em cristal, piano de cauda para entretenimento, jantar de gala e camarotes luxuosos. Transformando na medida do tempo a viagem marítima na própria atração turística.

O conceito de cruzeiro marítimo foi criado em concomitância com a evolução das linhas regulares de navegação. De acordo com Ward (2003, p.14):

[...] Em 1835, um anúncio curioso apareceu na primeira edição do *Shetland Journal* sob o título “Para os turistas”, propôs um cruzeiro imaginário de Stromness, ao redor da Islândia e das Ilhas Faroe, sugeriu os prazeres do cruzeiro sob os espanhóis. Sol no inverno. Por isso, é dito que o fundador da revista, Arthur Anderson, inventou o conceito de cruzeiro (tradução própria).

O primeiro navio construído exclusivamente para o propósito de cruzeiros marítimos foi o *Prinzessin Victoria Luise*, elaborado por Albert Ballin, gerente geral da *Hamburg-America Line* (FUJITA, 2014). A concorrência parecia criar um novo precedente na navegação de alto luxo em razão da construção de embarcações com quarenta mil toneladas (269,1m de comprimento, 28m de largura e 18m de altura)<sup>3</sup>, porém, depois do lançamento do primeiro navio, em 1911, denominado *The Olimpyc*, a companhia *White Star* lançou ao mar o *Titanic* que, segundo Torre (2002, p. 200), era “absolutamente insubmergível”, mas naufragou na primeira viagem, no dia 16 de abril de 1912, ao chocar-se contra um iceberg.

Por causa desse fato, criou-se a ética para a segurança no transporte marítimo, com a primeira convenção de Segurança de Vida ao Mar (1914 – SOLAS - Safety of Life at Sea), supervisionada até os dias atuais pela IMO (*International Maritime Organization*), órgão vinculado às Nações Unidas, que é cada vez mais aprimorada para garantir a total integridade dos passageiros de cruzeiros marítimos (IMO, 2012).

Com o advento dos grandes aviões de passageiros na década de 1960, viajantes intercontinentais trocaram em larga escala os navios pelos jatos comerciais, levando as companhias de cruzeiros marítimos ao declínio. Os aviões realizavam viagens naquela

<sup>3</sup> Os navios da Cunard Lines, maior rival da White Star, tinham, na maioria, menos de vinte mil toneladas. Os navios Lusitania e Mauretania eram os de maior capacidade da frota (31 mil toneladas), embora inferiores em relação ao transporte de cargas e pessoas.

época com um certo perigo, mas com tempo cada vez menor do que os navios, as grandes potências precisavam, portanto, economizar tempo para obter mais ganho, de acordo com o Plano Marshall<sup>4</sup> (RONÁ, 2002).

Na década de 1970 a série de televisão *Navio do Amor* (*The Love Boat*) fez muito para elevar a popularidade dos cruzeiros marítimos como uma opção de férias para a população geral dos Estados Unidos. Inicialmente esse crescimento foi centrado no Caribe, Alasca e México. Após a elevação do mercado permitiu uma moderna forma de exploração do segmento que ansiava por viagens de extremo luxo, conforto e lazer. Assim, tornou-se necessária apenas a reestruturação das embarcações para uma nova realidade. A implantação de equipamentos, como bares, restaurantes requintados, áreas de lazer e uma infinidade de outras formas de entretenimento, foi a solução encontrada.

[...] a hospitalidade sempre foi atributo de pessoas e de espaços, não de empresas; a observação deve, pois, dirigir-se para o que acontece além da troca combinada, além do valor monetizável de um serviço prestado, para o que as pessoas e os espaços proporcionam além do contrato estabelecido (CAMARGO, 2004, p. 45).

Os cruzeiros marítimos possuem uma gama de serviços turísticos que têm como diferencial o atendimento das necessidades e dos desejos dos hóspedes, principalmente pelos benefícios disponibilizados à bordo, como serviço de refeição e restaurantes 24 horas, estrutura hoteleira completa com cabines e suítes, bares e *lounges* públicos, entretenimento e lazer, *spa* e relaxamento, esporte e *fitness*, serviços a bordo personalizado, compras, internet e transporte. Os cruzeiros contam com uma hospitalidade diferenciada e personalizada para agradar os seus passageiros e tornar a viagem única.

Com essas mudanças, os navios se tornaram *fun-ships*<sup>5</sup> e os percursos se tornaram mais curtos e, conseqüentemente, mais baratos, podendo ocorrer, inclusive, circuitos fechados, onde o navio parte e, após algumas escalas e pernoites, retorna ao mesmo porto. Com essa nova tendência o mercado abre espaço para outros públicos e tornam os cruzeiros mais viáveis e atrativos.

### **A indústria mundial de cruzeiros marítimos: uma análise contemporânea**

Um cruzeiro marítimo tem por característica a possibilidade de conhecer diversos destinos em um curto espaço de tempo, por um valor adequado à capacidade de pagamento, sem a necessidade de fazer e desfazer malas em cada escala, agregando experiências de lazer, gastronomia e entretenimento a bordo. Um navio de cruzeiro se assemelha a um resort móvel que transporta passageiros de um lugar para outro, deslocando-se atrás principalmente do calor e do sol, fazendo com que o clima seja um fator determinante no desenvolvimento do destino (DOWLING, 2006).

No mundo, o setor de cruzeiros continua crescendo ano a ano. Essa alta é

<sup>4</sup> Política implantada pelos Estados Unidos da América na Europa pós-guerra.

<sup>5</sup> Termo em inglês utilizado para navios divertidos, com opções de entretenimento.

impulsionada, principalmente, pelo aumento da quantidade de Cruzeiros. Em uma pesquisa realizada pela CLIA Brasil, os dados do turismo brasileiro nas últimas temporadas tem impacto positivo significativo na economia turística de importantes destinos da costa brasileira, assim como estima-se que a última temporada 2018/2019, teve um impacto na economia acima de R\$ 2 bilhões. Os destinos turísticos são beneficiados, em diferentes aspectos, pelos cruzeiros, com o aumento do fluxo de turistas nas cidades, o que movimenta a economia local e do entorno, gerando empregos, estimulando a entrada de divisas e promovendo o destino em âmbitos nacional e internacional.

Além dos grandes navios, as companhias marítimas, vêm percorrendo uma grande evolução, com inovações tecnológicas, atratividades, infraestrutura, serviços a bordo, entre outros para superar e garantir as expectativas dos turistas. Pois, segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT, o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. (2001, p. 38). Geralmente, a atividade turística é relacionada com a finalidade do lazer, porém existem aquelas destinadas a negócios, motivos culturais, sociais entre outros, e dentro dos cruzeiros marítimos é possível encontrar um aglomerado disso tudo.

A segmentação do mercado de cruzeiros marítimos inclui vários aspectos, os principais aspectos de acordo com Palhares (2000 p.251) são: destinos geográficos, visto que, é possível encontrar cruzeiros marítimos para todas as regiões do mundo; faixa etária, pois dentro dos navios há uma variação nas idades, porém alguns navios são segmentados por faixa etária e não autoriza o embarque para menores de 18 anos, é o caso de Arcadia da P&O; estado civil, que apesar da maioria dos passageiros serem casados, há muitos cruzeiristas solteiros, e dentro do navio existem várias atividades destinada a esse público; ocasiões especiais/cruzeiros temáticos, os cruzeiros cada vez mais tem se preparado para oferecer pacotes especiais, como temas variados, como cruzeiros de aventura, cruzeiros românticos, etc; tipos de navios, há uma grande diversidade de tipos e tamanhos dos navios, através disso, é possível caracterizar o próprio estilo de cada cruzeiro; duração das viagens, também existe diversos números de duração das viagens em cruzeiros, pode-se viajar a bordo com oito dias, dois e cinco dias, seis dias, e até mesmo cem dias embarcado, porém nesse aspecto os preços variam bastante principalmente na escolha da cabine; os navios podem ter variadas faixas de preço, desde um padrão mais econômico, até um de alto luxo.

### **O entretenimento como fator de atratividade nos cruzeiros marítimos**

Segundo a OMT, o desenvolvimento dos setores turístico e de transportes encontra-se intimamente ligado e segue um processo paralelo e de muita influência (OMT, 2001). Dessa forma, certas transformações dos transportes e do turismo ao longo da história podem ser esclarecidas.



Depois, com a Revolução Industrial surgiu uma maior facilidade, pois criou-se o motor a vapor para aumentar a velocidade dos navios e trens, ou seja, distâncias maiores eram percorridas em menos tempo, e a demanda por viagens aumentou transformando assim em hábitos sociais. Um navio de cruzeiros hoje em dia por exemplo, vai muito além de um simples meio de transporte de passageiros, pois oferecem uma série de entretenimento e lazer, onde a viagem em si e as comodidades são considerados fatores essenciais em uma experiência de viagem.

Para Gomes (2008, p.4), entretenimento é um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores.

São várias as possibilidades de entretenimento dentro de um navio, pois à bordo é possível encontrar inúmeras formas de diversão para todos os públicos, desde criança a adulto. Em alguns navios das companhias Costa Cruzeiros e Msc Cruzeiros, encontramos como por exemplo, piscinas, *jacuzzis* e *aquapark*, teatros e shows, cinemas 3D E 4D, bares e restaurantes temáticas, música ao vivo, baladas e festas temáticas, cassinos, campeonatos (desde bingo, torneio de *poker*, dança). Encontramos nas áreas fitness, academia, aulas de dança, pista de corrida, parede de escalada, campo de golfe e tênis, quadra de basquete e futebol. Além dos espaços de Spa, salão de beleza, lojas e salões de jogos e internet. Lembrando que as atividades listadas acima são descritas sobre mais de um navio, e existem outras atividades dependendo do cruzeiro, como por exemplo os navio das Royal Caribbean que contam também com espetáculos ao estilo *broadway*, com uma estrutura do central Park e gramado de verdade, oferece para os fãs de adrenalina simulador de paraquedismo, simulador de surfe, montanhas russas aquáticas, tirolesa, dentre outras atividades descritas acima.

Diante disso, pode-se dizer que as companhias de cruzeiros marítimos estão cada vez mais traçando estratégias com o objetivo de atrair a atenção dos cruzeiristas, ofertando uma imensidão de opções de lazer e entretenimento para fazer com que eles esqueçam que estão dentro de um navio e possam desfrutar de todas atividades sem ter que sair do cruzeiro, proporcionando muitas vezes uma experiência única.

### **Pesquisa de campo**

O caminho metodológico para a nossa pesquisa foi exploratória, realizamos estudos em artigos, pesquisas nas redes sociais, sites das companhias marítimas e leitura de livros. Quanto a sua abordagem, foi realizado dois questionários pela ferramenta do Google formulário. A pesquisa teve como objetivo constatar se o entretenimento é um fator de decisão na escolha dos cruzeiros marítimos, por meio de levantamento de dados, com aplicação de questionários com passageiros que já viajaram a bordo de um cruzeiro marítimo.

A princípio a aplicação dos questionário seria no Terminal de passageiros Giusfredo

Santini (CONCAIS) em Santos-SP, com os passageiros da temporada 2018/2019, mas o terminal não liberou a aplicação da pesquisa de campo, através dessa dificuldade elaboramos um novo questionário voltado para internet e divulgamos nas redes sociais. Identificamos grupos de viagens de cruzeiros marítimos, onde as pessoas transmitem suas opiniões e experiências a bordo dos navios, e encaminhamos o formulário para os mesmo. O formulário ficou disponível entre os dias 15 e 20 de março de 2019 e foi respondido por 264 viajantes.

O segundo questionário foi destinado a especialistas do setor de turismo, no caso, dois agentes de viagens que já atuam há mais de seis anos na área de agenciamento e atualmente trabalham nas empresas Agaxtur e Bastos Turismo. Para eles foi elaborado um questionário com três perguntas, pois buscamos identificar suas devidas opiniões sobre o tema. As perguntas aos especialistas foram desenvolvidas da seguinte maneira: 1. Quais são os motivos que levam uma pessoa a comprar um pacote de cruzeiro marítimo? Valor, conforto, indicação de amigos? 2. Na sua percepção, as opções de entretenimento a bordo são um fator determinante na compra de um pacote de cruzeiro? E por fim, 3. O entretenimento a bordo faz diferença em um cruzeiro? Quais atrativos são considerados essenciais dentro dos cruzeiros marítimos?

Devido à dificuldade da aplicação do primeiro questionário pessoalmente, decidiu-se enviar a pesquisa através do e-mail dos agentes de viagens, foi possível enviar as perguntas com maior facilidade e com um rápido retorno. O segundo questionário ficou disponível entre os dias 05 e 10 de maio de 2019, visto que, foi proposto para apenas dois especialistas do setor de turismo da Baixada Santista. Segue na análise dos dados.

## ANÁLISE DOS DADOS

Entre os passageiros pesquisados encontra-se em sua maioria mulheres. Na amostra pesquisada, foram encontrados 21,2% de homens e 78,8% de mulheres, conforme o gráfico a seguir:

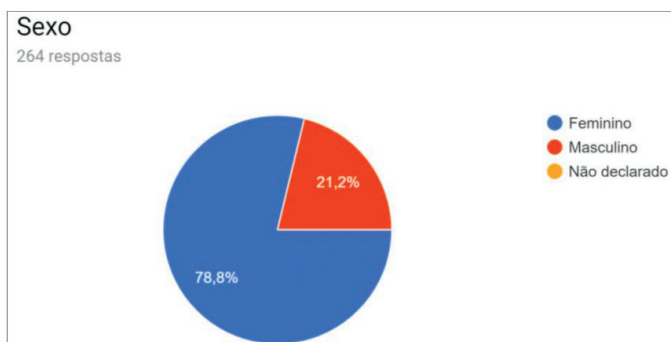


Gráfico 1: Sexos dos entrevistados.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Com relação à idade dos passageiros, a maioria das respostas encontra-se em uma faixa etária de 30 a 50 anos (53%). Enquanto a menor parcela dos viajantes encontra-se entre 15 a 19 anos (2,3%), em terceiro lugar com a faixa etária entre 50 a 70 anos (28%). Podendo observar que ao contrário do senso comum que em cruzeiros a maioria do público seria a terceira idade, ou seja, as pessoas que têm entre 30 a 50 anos estão viajando mais de uma vez em cruzeiros marítimos, no gráfico 3 é possível visualizar a concentração de faixas de idade.

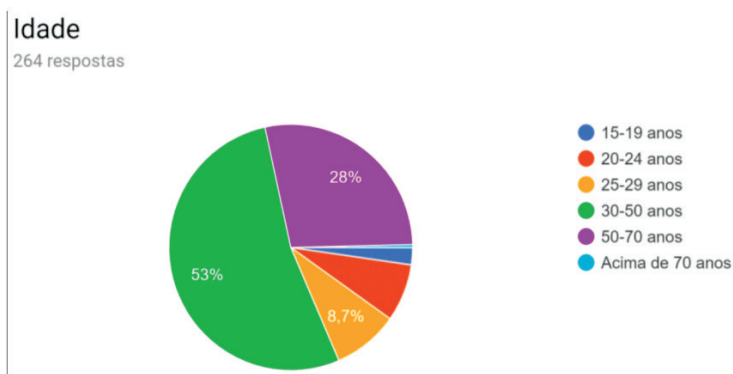


Gráfico 2: Idade dos entrevistados.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

A pesquisa também buscou investigar a escolaridade dos respondentes, neste gráfico é possível perceber que a pós graduação (34,1%) e o ensino superior completo (30,3%) são maioria. Já 12,5% não concluíram o ensino superior e 12,9% tem somente o ensino médio completo, como mostra o gráfico a seguir.

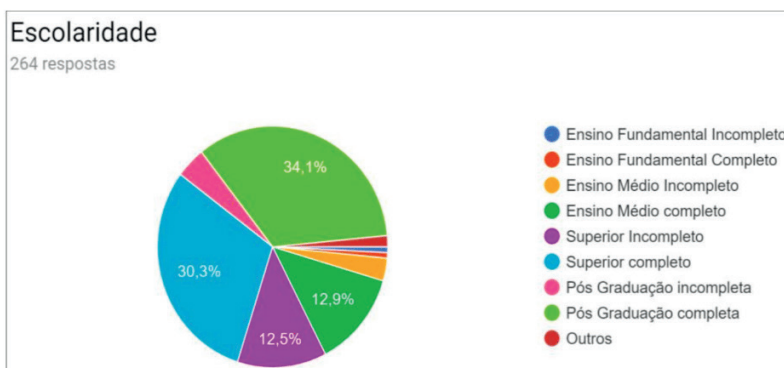


Gráfico 3: Escolaridade dos entrevistados.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Os dados levantados no questionário sobre a renda mensal pessoal mostra que a maioria possuem uma renda de 2 a 4 salários, 37,1%, em segundo lugar mais de 7 salários mínimos representam um percentual de 29,5% e em terceiro lugar de 5 a 7 salários mínimos, 27,7%. Quanto a porcentagem das pessoas que possuem a renda de até 1 salário mínimo totalizou 15 respondentes, 5,7% das 264 respostas.

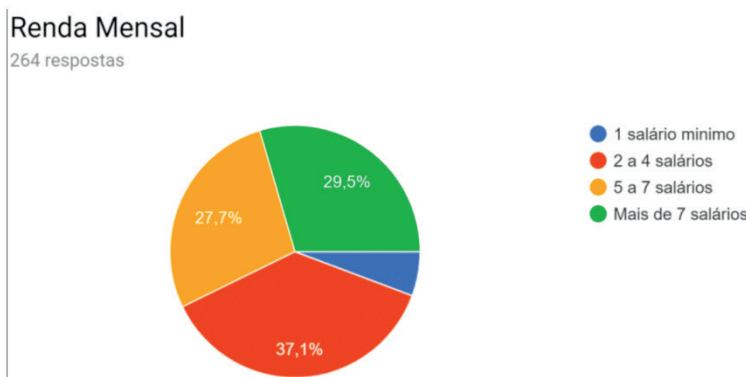


Gráfico 4: Rendas dos entrevistados.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Uma das perguntas do questionário se referia a quantidade de cruzeiros já feitos. É necessário levar em consideração que 97 pessoas (36,7%) já viajaram de 2 a 3 cruzeiros. Em segundo lugar, em questão de índice de respostas 73 pessoas (27,7%) fizeram somente 1 cruzeiro, acima de 7 cruzeiros foram 42 pessoas (15,9%), de 4 a 5 cruzeiros 28 pessoas (10,6%) e por último, 24 pessoas (9,1%) já viajaram de 5 a 7 cruzeiros, como é possível observar no gráfico 5 logo abaixo.

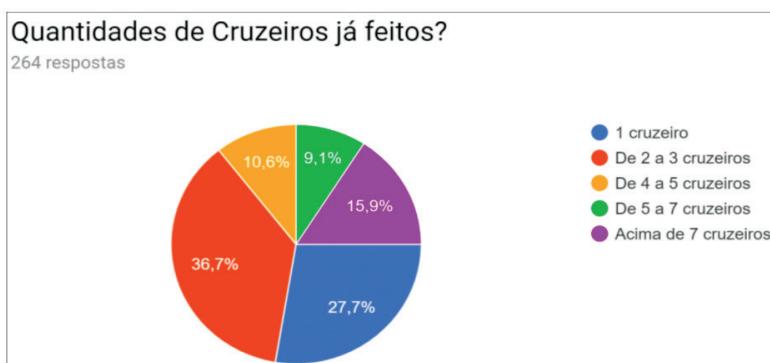


Gráfico 5: Quantidade de cruzeiros.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Quanto aos destinos dos cruzeiros já feitos, 216 pessoas (81,8%), na maioria das respostas, disseram que fizeram somente cruzeiros nacionais. Enquanto 139 pessoas (52,7%) afirmam já ter feito cruzeiros com destinos internacionais, além dos nacionais.

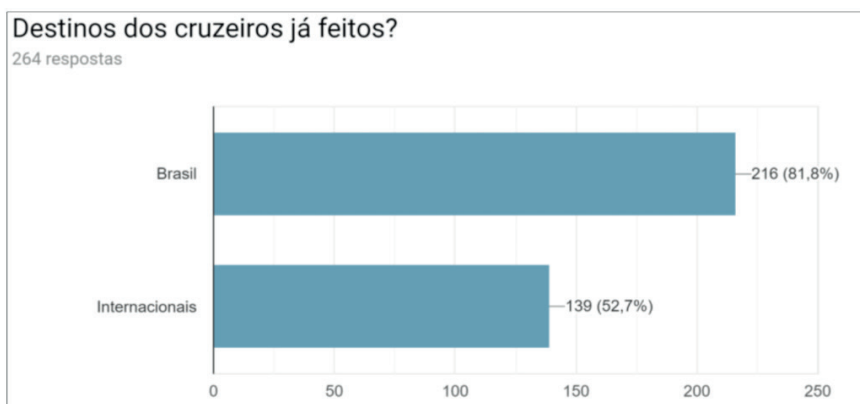


Gráfico 6: Destino dos cruzeiros.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Em relação a quantidade de dias dentro dos cruzeiros, 130 pessoas (49,2%) responderam que permaneceram no navio de 5 a 7 noites, 70 pessoas (26,5%) disseram que já ficaram acima de 7 noites, 47 pessoas (17,8%) fizeram um mini cruzeiros de 3 noites e por fim 17 pessoas 6,4% fizeram travessia (de um país para o outro).

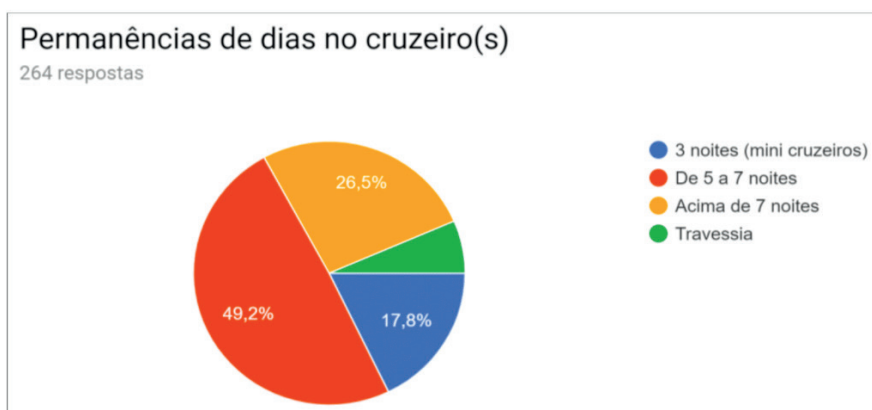


Gráfico 7: Permanência de dias nos cruzeiros.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

No que diz respeito aos fatores de atratividade que julgam ser de grande importância a bordo, 40,2% assinalaram a qualidade na prestação de serviços. Já 20,1% julgam o

entretenimento de maior importância, enquanto 16,7% afirmam o destino como fator de atratividade/importância, para 14,8% dos respondentes é o preço da viagem e 6,4% consideram o conforto dos equipamentos o fator mais importante na viagem.

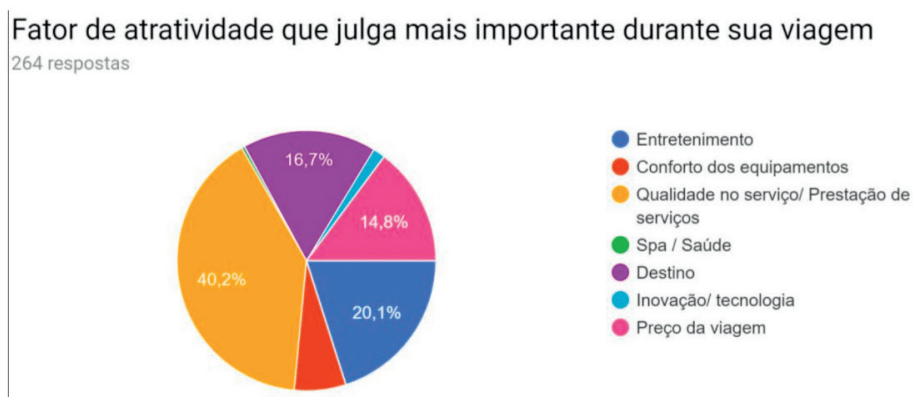


Gráfico 8: Fator de atratividades nos cruzeiros.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Questionamos se o entretenimento é o fator diferencial na escolha do cruzeiro marítimo, e com base nas respostas, 163 pessoas (61,7%) afirmaram que sim, o entretenimento é o fator diferencial, e 101 pessoas (38,3%) afirmam que não é o fator diferencial. Dessa forma, pode-se observar então, que o entretenimento faz diferença na escolha de um cruzeiro marítimo de acordo com o gráfico 9.

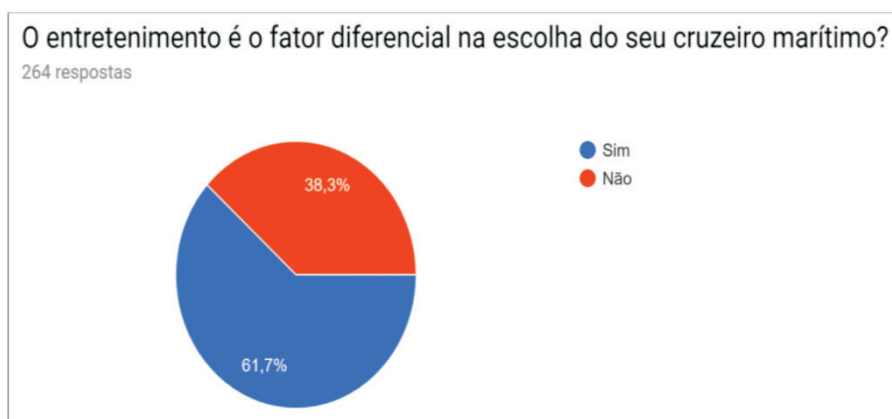


Gráfico 9: Entretenimento como fator diferencial.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.



Também buscamos saber quais opções de entretenimento influenciam na escolha da viagem, e obtivemos o seguinte resultado: 69,7% afirmaram que são os bares e restaurantes, 62,9% escolheram os shows/teatros, 53,8% assinalaram as aulas com profissionais de dança e festas e baladas foram escolhidas por 50,4% dos respondentes. Nesta pergunta, as pessoas poderiam assinalar mais de uma resposta. Além dessas opções, foram citadas outras atividades de entretenimento, porém com menos representatividade gráfica.

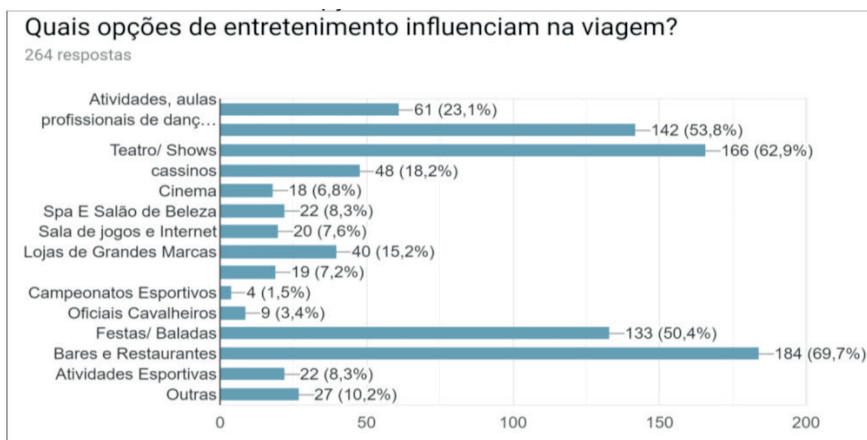


Gráfico 10: Opções de entretenimento nos cruzeiros.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Também foi questionado como foi decidido o destino/navio, e 47,5% afirmaram que decidiram por causa do destino/roteiro, enquanto 15,3% decidiu por indicação de amigos e familiares, 12,6% através de indicação de agência de viagens, 8,8% por ser novidade do mercado, 8% devido a sua temática e por fim, 7,7% decidiram pela tecnologia do navio.

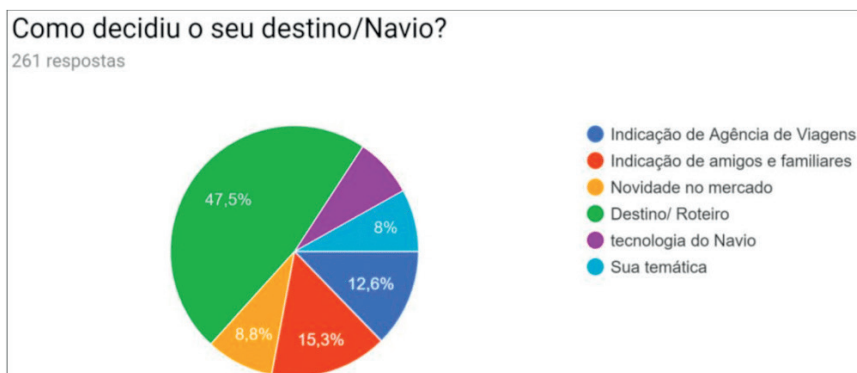


Gráfico 11: Decisão do destino/navio.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Questionamentos por qual motivo a pessoa escolheu seu cruzeiro e em geral as respostas foram pelo destino, preço/custo x benefício, conforto, experiência e lazer/entretenimento.

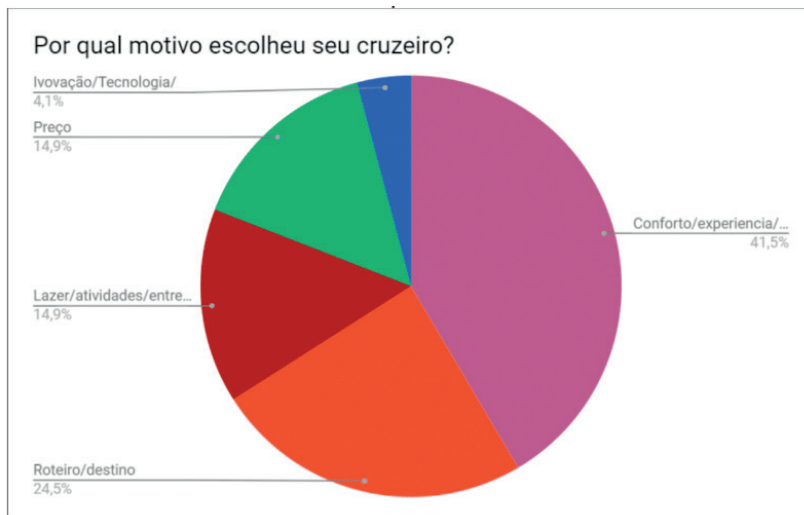


Gráfico 12: Motivo para fazer um cruzeiro.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Quando questionados sobre qual o fator julgam importante para fazer uma nova viagem no mesmo cruzeiro a maioria das respostas foram preço, entretenimento, destino e qualidade nos serviços.

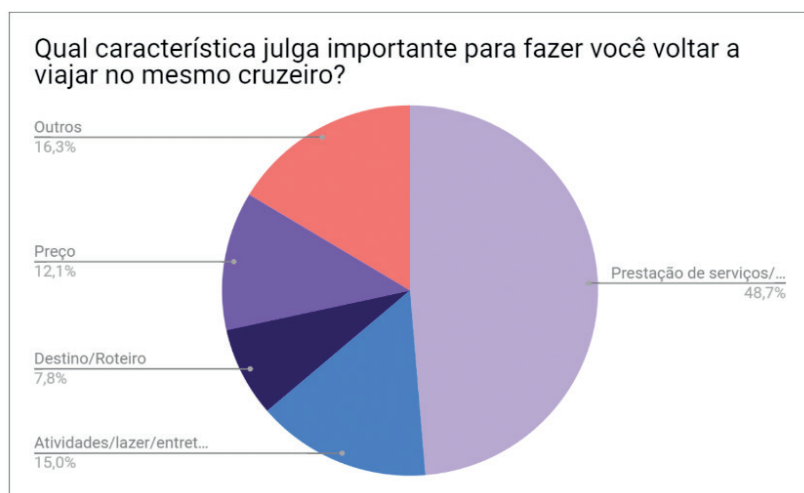


Gráfico 13: Característica para fazer um cruzeiro.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Por último, questionamos qual é o fator que o faz escolher um cruzeiro marítimo e não um outro tipo de pacote (rodoviário/aéreo) e grande parte respondeu o custo x benefício, conforto/comodidade e atrativos.

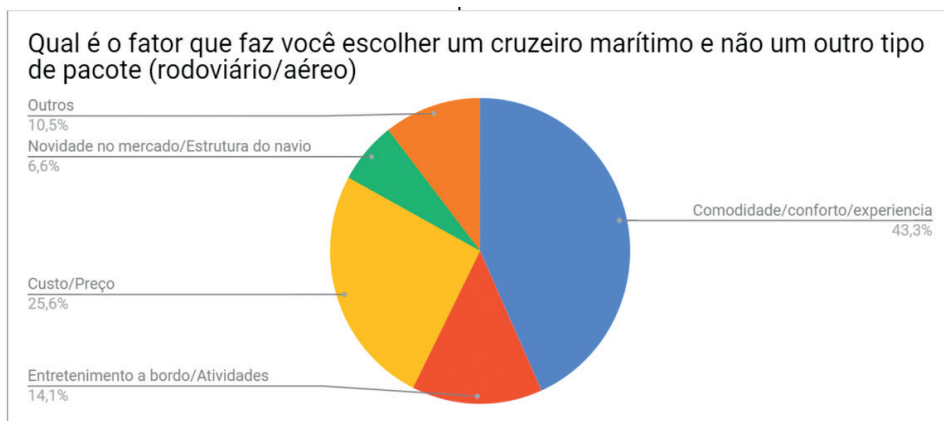


Gráfico 14: Fator para fazer um cruzeiro.

Fonte: elaborada pelas autoras e gerado no *Google Forms*, 2019.

Como podemos observar, as últimas perguntas tiveram praticamente as mesmas respostas, ou seja, em geral as pessoas escolhem um cruzeiro marítimo pelo conforto e custo benefício, pois atualmente ficou mais acessível viajar a bordo de um *fun-ship*, também vale ressaltar que para muitas pessoas, o destino também influencia bastante na escolha de um pacote de cruzeiro.

Em relação ao segundo questionário destinado aos dois agentes de viagens, tivemos como objetivo observar se as percepções coincidem com a dos passageiros. De acordo com o questionário, os agentes possuem praticamente as mesmas percepções. Por exemplo, na primeira questão sobre os motivos na compra de um pacote de cruzeiros, os dois agentes acreditam que o valor influencia na compra de desse tipo de pacote, porém outros fatores também podem ser considerados essenciais, como o conforto e o lazer.

Já na segunda questão, os dois especialistas afirmam que as opções de entretenimento a bordo são um fator determinante na compra de um pacote de cruzeiro. E por fim, a última pergunta foi estabelecida para saber quais atrativos são considerados essenciais dentro dos navios de cruzeiros, e de acordo com a percepção deles, apresentações no teatro, festas temáticas, atividades voltadas para as crianças e a variedade gastronômica são alguns dos principais atrativos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os cruzeiros marítimos são uma grande alternativa de contribuição para o setor turístico, pois além de proporcionar lazer aos turistas, contribui na geração de empregos temporários e renda interna para o país. A bibliografia no desenvolvimento deste artigo sobre o entretenimento como fator de atratividade nos cruzeiros marítimos mostrou que apesar dos navios possuírem uma imensidão de características, além de tamanho, conforto, infraestrutura, prestação de serviço, dentre outros, o entretenimento superou boa parte dos fatores existentes do navio. Visto que, 163 pessoas (61,7%) de acordo com a pesquisa e com o gráfico 9 (Entretenimento como o fator diferencial na escolha do cruzeiro marítimo), sua maioria julgam o entretenimento como um fator que influenciam para repetir e voltar ao cruzeiro.

No acelerado crescimento relacionado a indústria de cruzeiros, o entretenimento é um fator relevante para o estabelecimento de um relacionamento a longo prazo entre navio e cruzeirista. Nessa perspectiva, a credibilidade da empresa dos navios também conta no momento da compra de um pacote, visto que os passageiros são criteriosos e atenciosos na hora de fechar um pacote, pois observam cada detalhe, desde o conforto do equipamento ao preço.

Como vimos, no decorrer do histórico dos navios de cruzeiros onde foi se tornando cada vez mais um setor versátil, se adaptando às tendências de mercado, para as pessoas terem a oportunidade de viajarem. De acordo com o pensamento de Kotler e Keller (2012, p.73), onde destaca o crescimento por diversificação, constatando que o setor é altamente atrativo e a empresa possui a composição de forças necessárias para se sair bem. Ou seja, as empresas optam por estratégias para tornar o negócio mais dinâmico e alternativo, ao contrário do que era antes, onde poucos tinham a possibilidade de fazer uma viagem de cruzeiro marítimo, tornando dessa forma o cruzeiro ainda mais atrativo.

Por fim, através dos dois questionários aplicados e após estudo de seus respectivos dados, chegou-se à conclusão que o fator de atratividade mais importante durante a viagem são a qualidade na prestação de serviços, entretenimento, destino e também os valores, pois foram itens que tiveram maior índice de respostas.

Em relação ao entretenimento como fator de atratividade dos cruzeiros marítimos, foi concluído que, o entretenimento tem um papel importante dentro de um navio de cruzeiros, pois é o motivo pelo qual os cruzeiristas voltaram a viajar a bordo, e é considerado também pelos dois especialistas entrevistados como o fator na escolha da compra de um cruzeiro marítimo. Isto é, a taxa de crescimento no setor de cruzeiros no Brasil e no mundo é positiva, e tende a continuar assim, pois muitas pessoas estão aderindo a viagem de cruzeiros que possui um pacote completo desde o embarque ao desembarque, e o entretenimento como dito faz parte de tudo isso, uma vez que, através deste estudo podemos concluir que o entretenimento é sim fator diferencial pelo qual os cruzeiristas compraram ou aos que

pretendem comprar novamente um pacote de cruzeiro marítimo. E podemos concluir que o fator diferencial na escolha na compra de um cruzeiro marítimo é o destino.

## REFERÊNCIAS

ARANTES, Débora Zanella. *Mapa estratégico dos cruzeiros marítimos: as transformações necessárias ao desenvolvimento do setor no Brasil*. Natal, 2009. 201 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Turismo) Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros/VIpremio/Graduaxo-2x-Mapa\\_Estratxgico\\_dos\\_Cruzeiros\\_Marxtimos.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros/VIpremio/Graduaxo-2x-Mapa_Estratxgico_dos_Cruzeiros_Marxtimos.pdf)>. Acesso em: 12 jan. 2019.

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA-BRASIL). *Setor de cruzeiros marítimos: crescimento na próxima temporada*. Disponível em: <<http://abremar.com.br/setor-de-cruzeiros-maritimos-crescimento-na-proxima-temporada/>>. Acesso em: 27 nov. 2018

DREAMLINES. *Dreamlines: Companhias de cruzeiros: cruzeiros 2019-2020*. Disponível em: <<https://www.dreamlines.com.br/companhia-de-cruzeiros/>>. Acesso em: 2 jun. 2019

FUJITA, Dennis Minoru; ANDRADE JÚNIOR, Heitor Franco de. *Cruzeiros marítimos: histórico, evolução e tipologia voltados à hospitalidade comercial*. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/48185/46099>>. Acesso em: 22 mar. 2019.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D.T. *Métodos de Pesquisa*. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2019.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

INTERNATIONAL MARITIME ORGANIZATION. *Organização Marítima Internacional*. Disponível em: <<https://ajonu.org/2012/10/17/organizacao-maritima-internacional-imo/>>. Acesso em: 18 abr. 2019.

MINORU FUJITA, Dennis; FRANCO DE ANDRADE JÚNIOR, Heitor. *Cruzeiros marítimos: histórico, evolução e tipologia voltados à hospitalidade comercial*. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, Rio de Janeiro, p. 01-30, dez. 2014. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/48185/46099>>. doi:<http://dx.doi.org/10.12660/oit.v8n2.48185>>. Acesso em: 23 mai. 2019.

RAMÔA, Carlos Eduardo de Almeida; FLORES, Luiz Carlos da Silva. *O Mercado Brasileiro de Cruzeiros Marítimos: Características da Oferta e da Demanda*. Disponível em: <[http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/2998/pdf\\_376](http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/2998/pdf_376)>. Acesso em: 25 nov. 2018.

RONÁ, R. di. *Transporte no Turismo*. Barueri, SP: Manole, 2002.

WARD, D. *Berlitz: complete guide to cruising and cruise ships*. New York: Berlitz, 2003.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**CHRISTOPHER SMITH BIGNARDI NEVES** - É natural de Londrina, norte do Paraná. Capricorniano, sempre esteve ligado ao universo educacional e acadêmico. Participou de inúmeras palestras e eventos. cursou licenciatura em Pedagogia na Universidade Estadual do Paraná – Campus Paranaguá, especializando-se em Gestão Escolar (Instituto Superior do Litoral do Paraná), Questão Social pela Perspectiva Interdisciplinar (Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral) e Coordenação Pedagógica (UFPR). Se aperfeiçoou em Gênero e Diversidade na Escola (UFPR). É Mestre em *Gestión y Dirección de Equipos* pela *Escuela Nacional de Negocios de Barcelona*. Com ímpeto para desbravar o mundo, e atendendo a um desejo juvenil cursou Tecnologia em Gestão de Turismo (UFPR, Setor Litoral), apaixonado pela área, no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná analisou o Turismo LGBT, temática ainda recente na academia. *Studyholic* assumido, à época de publicação deste livro encontra-se matriculado no curso de Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, linha de pesquisa Produção do Espaço e Cultura. Possui publicações em *reports*, periódicos e capítulos de livros; é o organizador da obra “Homocultura e as novas formas de Ler a Sociedade” (2019), “Interconexões: Saberes e Práticas da Geografia” e “Turismo, Sociedade e Ambiente” (2020) ambos por esta mesma editora. Após muitos carimbos no passaporte, por meio da Smithbig Consultoria de Viagens auxilia pessoas a concretizarem seus sonhos, além de ser Coordenador Pedagógico na Prefeitura Municipal de Paranaguá. Também já desenvolveu atividades na UFPR como professor formador e tutor a distância, atuou como professor no Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) pelo Instituto Federal do Paraná. Pode ser contatado através do e-mail [smithbig@ufpr.br](mailto:smithbig@ufpr.br) ou no Instagram em [@smithbig](https://www.instagram.com/smithbig).



## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Acessibilidade 40, 115, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125

Alimentos 11, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 72, 77, 78

Artesanal 57, 59, 60, 61, 62

Atratividade 9, 11, 39, 43, 48, 49, 53

Atrativos 26, 27, 35, 36, 42, 45, 52, 55, 56, 59, 61, 62, 63, 66, 67, 70, 72, 77, 78, 80, 83, 87, 88, 89, 91, 92, 95, 97, 108, 110

### C

Cidades 15, 37, 43, 61, 62, 68, 77, 86, 103, 105, 113, 118

Competitividade 18, 22, 56, 75, 86, 114

Comunidade 2, 26, 28, 35, 38, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 74, 89, 98, 101, 103, 106, 107, 108, 110, 111, 112, 117, 121, 122

Copacabana Palace 9, 11, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37

Crise 9, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 84, 86

Cruzeiros 9, 11, 10, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54

Culturais 69

Cultural 11, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 36, 38, 55, 56, 58, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 108, 119, 120

### D

Demanda 13, 44, 54, 56, 57, 73, 75, 76, 84, 85, 86, 90, 92, 93, 95, 96, 97, 104, 108, 110, 111, 116, 123

Desenvolvimento 11, 6, 23, 38, 54, 55, 99, 103, 114

Diversidade 127

### E

Economia 11, 15, 16, 28, 37, 38, 40, 43, 57, 64, 65, 71, 72, 73, 86, 87, 90, 92, 99, 101, 102, 103, 104, 106, 108

Economia Compartilhada 101, 102, 103, 106

Empresas 9, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 15, 18, 22, 23, 26, 42, 45, 53, 72, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 99, 103, 113

Entretenimento 9, 11, 3, 10, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 49, 50, 51, 52, 53

Equipamentos 26, 27, 28, 35, 42, 49, 55, 56, 59, 63, 64, 77, 91, 92, 97, 103, 108, 110, 122

Eventos 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 19, 21, 26, 31, 33, 34, 35, 78, 80, 87, 119, 120, 123, 127

## **G**

Gastronomia 11, 13, 16, 17, 22, 24, 34, 42, 120

Gerenciamento 9, 18, 22, 74, 88, 89, 98

Guias 8, 64, 72, 76, 77, 78, 115, 116, 117, 121, 123, 124, 125

## **H**

Hospedagem 12, 13, 14, 15, 16, 23, 25, 26, 27, 29, 32, 34, 35, 36, 41, 75, 77, 78, 80, 83, 84, 85, 87, 97, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 111, 112, 113, 114

Hospitalidade 9, 3, 9, 10, 23, 42, 54, 58, 64, 87, 101, 116

Hotel 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38

Hotelaria 9, 11, 13, 15, 16, 22, 24, 25, 26, 27, 31, 35, 36, 38

## **I**

Identidade 25, 29, 31, 32, 34, 35, 36, 38, 56, 93, 94, 108, 110, 111

Impactos 9, 12, 28, 71, 72, 73, 74, 76, 78, 81, 82, 85, 101, 111

Infraestrutura 26, 27, 35, 43, 53, 91, 101, 102, 103, 108, 110, 111, 114

Internacional 1, 30, 38, 40, 43, 54, 57, 73, 76, 78, 122, 123

## **L**

Lazer 1, 2, 6, 7, 8, 27, 39, 40, 42, 43, 44, 51, 52, 53, 56, 57, 61, 62, 65, 75, 77, 108, 116, 118, 119, 120, 121

Libras 9, 12, 115, 116, 117, 118, 122, 123, 124, 125

## **M**

Marketing 8, 11, 12, 18, 22, 23, 24, 90, 95, 97, 98, 108, 114

Microempresas 80, 81, 83

Museu 66, 67, 68, 69

## **N**

Navios 40, 41, 42, 43, 44, 45, 52, 53

## **P**

Pandemia 9, 10, 70, 71, 72, 73, 76, 77, 78, 81, 82, 86

Passageiros 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 52, 53

Patrimônio 25, 26, 30, 33, 35, 36, 38, 55, 56, 58, 62, 66, 67, 69, 119

Planejamento 16, 29, 37, 38, 54, 56, 58, 63, 64, 65, 70, 72, 74, 76, 79, 85, 88, 90, 91, 112, 113, 114

Ponta Grossa 9, 66, 67, 69, 70

## Q

Quarentena 72, 76, 77, 79, 82, 83, 85

## S

Sociedade 2, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 18, 23, 27, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 38, 65, 87, 90, 92, 102, 118, 121, 122, 127

Surdos 116, 117, 118, 121, 122, 123, 124, 125

Sustentabilidade 9, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 55, 58, 63, 64, 74, 101, 106, 111, 114

## T

Tecnologia 12, 24, 39, 40, 50, 88, 89, 90, 91, 98, 99, 102, 103, 104, 127





Turismo 2, 9, 10, 11, 12, 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 45, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 97, 98, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 111, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 123, 124, 125, 127

Turista 27, 37, 87, 90, 93, 95, 97, 108, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 124



# ***Turismo, Sociedade e Ambiente***

## **2**

-  [www.arenaeditora.com.br](http://www.arenaeditora.com.br)
-  [contato@arenaeditora.com.br](mailto:contato@arenaeditora.com.br)
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  [www.facebook.com/arenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/arenaeditora.com.br)



# ***Turismo, Sociedade e Ambiente***

## **2**

-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

**Atena**  
Editora  
Ano 2021