

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

FORMULÁRIO-SÍNTESE DA PROPOSTA - SIPES
EDITAL EDITAL UEMS Nº 004/2018 –PROPP/UEMS PROJETOS DE PESQUISA SEM
RECURSO FLUXO CONTÍNUO

Uso exclusivo da Pró-Reitoria de Pesquisa

PROCESSO Nº:

SIPES Nº: 324481.1602.4436.28022019

1. Introdução

1.1 Identificação da Proposta

Título:	O 'TOUR' DAS EXPERIÊNCIAS NA PRODUÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL EM CAMPO GRANDE-MS: CENÁRIOS E PERSPECTIVAS
Coordenador:	Djanires Lageano Neto de Jesus / Docente
Tipo da Proposta:	Projeto Institucional
Edital:	EDITAL UEMS Nº 004/2018 –PROPP/UEMS PROJETOS DE PESQUISA S
Instituição:	UEMS - Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Unidade Geral:	Campo Grande - Unidade Universitária de Campo Grande
Unidade de Origem:	Turismo - Coordenação do Curso de Turismo
Início Previsto:	01/07/2019
Término Previsto:	31/07/2022
Possui Recurso Financeiro:	Não

1.2 Detalhes da Proposta

Natureza do Projeto:	Básica
Área de Conhecimento:	Ciências Sociais Aplicadas » Turismo
Grupo de Pesquisa no CNPq:	Turismo: Planejamento , Gestão e Desenvolvimento
Linha de Pesquisa:	Planejamento, gestão e desenvolvimento
Parecer do Comitê de Ética:	Não
Local de Realização:	Campo Grande

1.3 Parcerias

Nome	Sigla	Parceria	Tipo de Instituição/IPES	Participação
Secretaria Municipal de Cultura e Turismo	SECTUR	Externa à IES	Instituição Governamental Municipal	Colaboração
Fundação de Turismo de MS	FUNDTUR MS	Externa à IES	Instituição Governamental Estadual	Colaboração

1.4 Descrição da Proposta

Resumo da Proposta:

O objetivo geral do presente estudo é investigar como o turismo vem se desenvolvendo a partir das experiências promovidas pelos atrativos urbanos e rurais de Campo Grande-MS. A metodologia proposta será baseada a partir da investigação qualitativa de caráter bibliográfico, documental e social, integrando o grupo de pesquisas de ordem qualitativa. Os resultados esperados com a pesquisa ao longo dos dois anos de duração compõe a caracterização de um mapa turístico de Campo Grande que evidencie o Tour das Experiências, previstas na Política Nacional de Turismo, mediante os aspectos territoriais e em processos de desenvolvimento local; Além de relacionar propostas e atividades de Turismo de Experiência no território local, com a identificação da presença de aspectos e elementos que configuram este segmento de turismo em relação ao cuidado e conservação das culturas locais; Bem como, a verificação de ações de conservação das culturas, por meio da territorialidade e do desenvolvimento local, via modalidade Turismo de Experiência, na perspectiva dos processos interculturais e multidimensionais do desenvolvimento.

Palavras-Chave:

Turismo, Experiência, Desenvolvimento

Informações Relevantes para Avaliação da Proposta:

Considerado um novo nicho de mercado, que vai muito além dos circuitos tradicionais, o Turismo de Experiência desenvolve a ideia de estimular a vivência e o envolvimento com as comunidades locais e o aprendizado de novas atividades em cada destino turístico visitado (SEBRAE, 2015).

O Turismo de Experiência é um conjunto de atividades que leva o ser humano a uma vivência pessoal em diferentes aspectos tangíveis e intangíveis, a partir de acontecimentos únicos e memoráveis, que geram emoções, encantamento, histórias, sonhos e vivências que resultam em conhecimento e valores (GÂNDARA, 2009). O objetivo geral do presente estudo é investigar como o turismo vem se desenvolvendo a partir das experiências promovidas pelos atrativos urbanos e rurais de Campo Grande-MS. A metodologia proposta será baseada a partir da investigação qualitativa de caráter bibliográfico, documental e social, integrando o grupo de pesquisas de ordem qualitativa. Os resultados esperados com a pesquisa ao longo dos dois anos de duração compõe a caracterização de um mapa turístico de Campo Grande que evidencie o Tour das Experiências, previstas na Política Nacional de Turismo, mediante os aspectos territoriais e em processos de desenvolvimento local; Além de relacionar propostas e atividades de Turismo de Experiência no território local, com a identificação da presença de aspectos e elementos que configuram este segmento de turismo em relação ao cuidado e conservação das culturas locais; Bem como, a verificação de ações de conservação das culturas, por meio da territorialidade e do desenvolvimento local, via modalidade Turismo de Experiência, na perspectiva dos processos interculturais e multidimensionais do desenvolvimento.

1.4.1 Justificativa

O Turismo de Experiência é um conjunto de atividades que leva o ser humano a uma vivência pessoal em diferentes aspectos tangíveis e intangíveis, a partir de acontecimentos únicos e memoráveis, que geram emoções, encantamento, histórias, sonhos e vivências que resultam em conhecimento e valores (GÂNDARA, 2009).

Considerado um novo nicho de mercado, que vai muito além dos circuitos tradicionais, o Turismo de Experiência desenvolve a ideia de estimular a vivência e o envolvimento com as comunidades locais e o aprendizado de novas atividades em cada destino turístico visitado (SEBRAE, 2015).

O turismo é considerado uma atividade que possibilita a satisfação da necessidade humana em conhecer novos lugares, povos, costumes e ambientes diversificados em busca de novas experiências (LIMA, 2017). O território é algo concreto e abstrato, cuja tecitura apresenta-se complexa, pois perpassa do ideal ao material. Não é algo apenas físico, mas também subjetivo, uma vez que está intimamente relacionado à sociedade a qual se percebe afeto, transforma o seu espaço em território e passa a se transformar também. É contínuo e dialético ao mesmo tempo, além de assumir uma característica própria. Diretamente interligado aos poderes econômicos, sociais, políticos e culturais detém o poder de fortalecer ou desestruturar as territorialidades que o habitam e constituem. Neste sentido, a dinâmica da produção de territórios turísticos pode comportar, com a incorporação de novos espaços, o abandono parcial ou total de uns em detrimento de outros (FONTANA; 2010, p. 265).

Campo Grande-MS, uma das cidades mais bem planejadas e urbanizadas do Brasil. Está localizada geograficamente na posição central de Mato Grosso do Sul e Mercado Comum do Cone Sul (MERCOSUL), com 8.118,4 Km², ocupando 2,27% da área total do estado, é o corredor para todos pontos turísticos do Estado, ficando a uma distância média de 300 km do Pantanal e Bonito. Possui a maior área verde contínua do mundo. São aproximadamente 500 hectares, compostos pelo Parque dos Poderes, Parque das Nações Indígenas e Reserva Ecológica, além do Horto Florestal, praças, jardins e ruas largas arborizadas por todos os cantos da cidade. Do ponto de vista logístico está situada entre as duas maiores hidrovias do mundo: a do rio Paraguai e a do Paraná/Tietê. O clima predominante é do tropical chuvoso de savana, caracterizado por má distribuição das chuvas, com ocorrência bem definida de um período seco, durante os meses mais frios do ano, e um período chuvoso, durante os meses de verão. A temperatura média do inverno é de 18,6 graus e no verão de 28,7 graus (CAMPO GRANDE - 100 ANOS DE CONSTRUÇÃO, 1999).

A “cidade morena” assim chamada pelo povo que nela vive é uma mistura de culturas. Nela se encontram diversos atrativos turísticos de lazer e entretenimento vinculados ao circuito dos eventos locais tais como a Casa do Artesão; a Feira Central; a Morada dos Baís – Pensão Pimentel; Estação Ferroviária; Mercado Municipal; Memorial da Cultura Indígena; Museu José Antônio Pereira; Praça das Araras, Praça Ary Coelho, entre outros atrativos contemplados nos bairros da capital (40 pontos turísticos) por meio de um ônibus que realiza o city tour no município.

A presente pesquisa, aplicada no contexto da cidade de Campo Grande, Capital do estado de MS, mais especificamente no contexto turístico se justifica sobretudo porque a cidade vem se configurando com um polo de desenvolvimento e atratividade para a sua principal vocação na área turística: turismo de eventos e negócios, e com essas modalidades a possibilidade de valorizar a cultura local por meio das experiências.

Nesse sentido, a questão norteadora busca responder a seguinte questão: É possível fomentar o turismo de experiência na cidade Campo Grande considerando a existência dos elementos que compõem o patrimônio material e imaterial no ambiente urbano e rural, confluindo com os indicadores econômicos locais?

Hipoteticamente acredita-se que a problemática será respondida positivamente com o diagnóstico preciso dos atrativos existentes no ambiente urbano e rural que possuem elementos de turismo de experiência, que podem provocar novas possibilidades de emprego e renda, além de fortalecer a imagem turística no contexto regional.

De acordo com os objetivos propostos na pesquisa, apresentam-se uma estrutura inicial do levantamento de dados referente a identificação de elementos que configuram desenvolvimento local de Campo Grande. Para compor a identificação, foram sistematizados na forma de quadros – síntese por ênfases e similaridades (RICHARDSON, 1989) descritores de desenvolvimento das cidades indutoras de turismo segundo o Ministério do Turismo.

Segundo o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) Campo Grande e Região (2012) para que o turismo alcance êxito é necessário executar ações integradas e dentre estas: sensibilizar a classe política sobre a importância do turismo; eliminar as discontinuidades das políticas públicas voltadas para o turismo; aumentar os recursos para o desenvolvimento do turismo entre outras ações.

Nesse sentido, é identificado localmente o seguinte cenário:

Apresenta uma boa infraestrutura, mas em algumas áreas turísticas necessita de melhorias; O aeroporto dispõe de voos regulares; Terminal rodoviário com linhas regulares intermunicipais e interestaduais. Ausência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino, porém necessita de vagas para estacionamento nas áreas turísticas, em especial no centro. Sobre os serviços e equipamentos apresentam disponibilidade de diversas estruturas para a realização de eventos. Mas, necessita de melhorias nos setores de hospedagens, bares e restaurantes e na sinalização turística. Os atrativos turísticos possuem rica biodiversidade urbana, apresenta diferentes atrativos naturais, culturais e técnicas, científicas e artísticas. Porém, falta em alguns atrativos aplicação de capacidade de carga e acessibilidade. Sobre o marketing e promoção do destino identifica a existência de marca promocional turística do destino, mas não a existência de um plano de marketing formal para o destino, incluindo informações disponíveis em idiomas estrangeiros. Nas políticas públicas existem diferentes órgãos e instituições que atuam nas políticas públicas para o turismo, assim como parcerias com a iniciativa privada. No entanto, as diretrizes e metas do setor para os próximos anos caminham lentamente. Atualmente existem dados monitorados pelo observatório do turismo, mas são informações recentes e por isso percebe-se dados insuficientes da demanda turística.

Na economia local há a presença de multinacionais de produção de bens; aponta a existência de uma Lei n. 142/2009 que incentiva estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços ao desenvolvimento. O segmento de negócios e eventos tem atraído visitantes e dinamizado a economia locais. Embora existam grupos nacionais e internacionais, há barreiras significativas à entrada de empreendimentos turísticos no destino com Cooperação Regional. As ações são discutidas no Fórum Regional Caminho dos Ipês, em que os gestores municipais dos destinos envolvidos participam de sua composição e as reuniões, bimestrais, são itinerantes e bastante acessíveis a todos os participantes. Entretanto, os recursos para a condução das atividades da instância ainda são escassos.

Além disso, são apontados vários desafios, tanto nos aspectos ambientais, culturais e sociais que se pretende levantar com a presente pesquisa.

Nesse sentido, o planejamento é de extrema importância para a prática sustentável do turismo, pois, serve para conduzir o desenvolvimento turístico do local a ser aplicado. (LOHMANN, 2012). Além disso, é sinalizado a necessidade de mobilizar o trade e fortalecer a governança; promover o melhor aproveitamento do pessoal qualificado na área; evitar a degradação e subutilização dos recursos ambientais e culturais e melhorar a infraestrutura turística existente. Outro fator apontado como parte do processo, é o envolvimento da sociedade local (MATO GROSSO DO SUL, 2012).

Com base em diferentes estudos, constatou-se que as cidades indutoras do turismo do Mato Grosso do Sul são afetadas por algumas variáveis e dentre estas citam-se a falta de qualidade nos serviços prestados pelas empresas de transporte pode prejudicar o turismo no estado (MARTINS; PAQUER; SCHLUCHTING, 2001), fato que pode induzir os turistas a escolherem outros destinos turísticos de fácil acesso.

Em relação marketing turístico e promoção do destino Garcia, Neto de Jesus e Merighi (2017) apontam que é indispensável ações mais incisivas e preferencialmente direcionada ao Sul-matogrossense, com vistas em aumentar o fluxo interno de turistas. Assim como a necessidade de políticas e programas que visem à promoção e a divulgação dos destinos e produtos turísticos de Mato Grosso do Sul dentro do próprio Estado (GARCIA; NETO DE JESUS; MERIGHI, 2017).

Segundo dados da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR) 2014, seguindo as estatísticas positivas na geração de empregos, revelam que o volume de turistas estrangeiros visitando os destinos de Mato Grosso do Sul teve aumento de 12,26% em 2012 se comparado com o fluxo anual em 2011. A média nacional no período foi de 6,71%. Os dados revelam a potencialidade do turismo na economia estadual, incluindo Campo Grande nesse cenário, principalmente por ser a “porta” de entrada do turismo no Estado, em detrimento, sobretudo, pela malha aérea e o posicionamento estratégico. Além

disso, é destaque para a Capital a sinalização turística, centro de atendimento ao turista, espaços para eventos, capacidade dos meios de hospedagem e dos restaurantes, atrativos naturais, culturais, eventos programados e realizações técnicas, científicas ou artísticas.

Considerando o contexto apresentado, acredita-se que a inserção de uma pesquisa que aponte cenários favoráveis ao crescimento qualitativo do turismo local, inserindo nessa composição a profissionalização necessária que inclui o Bacharel em Turismo bem como os egressos do curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, já justificam a necessidade de aplicação da proposta em curso.

1.4.2 Fundamentação Teórica

TURISMO E SUAS POSSIBILIDADES LOCAIS

Ao longo dos anos, desde a divisão do estado em 1977, o estado de Mato Grosso do Sul vem caminhando rumo ao desenvolvimento socioeconômico e cultural. Apesar disso, e mesmo o turismo local ter alcançado uma fatia do mercado enquanto destino e ter sido contemplado entre os 65 municípios do Brasil com três regiões indutoras do turismo, sendo as três reconhecidas pelo Ministério do Turismo que são Pantanal, que tem como município indutor Corumbá, a Serra da Bodoquena, onde Bonito é o atrativo e Caminhos dos Ipês que tem como cidade indutora a capital, Campo Grande, ainda assim é perceptível a necessidade de profundidade para as políticas de incentivo junto a cadeia produtiva do turismo do Estado, evidenciando esse segmento como uma das principais atividades econômicas do mundo como referência na geração de empregos e rendas (FUNDTUR/MS, 2016).

O Estado caminha com grandes perspectivas de desenvolvimento socioeconômico e dentre os diferentes segmentos da economia, o turismo se destaca como uma atividade bastante promissora na geração de riquezas e empregos (RABAHY, 2003).

O Estado compõe nove regiões turísticas e dentre estas, destacam-se três regiões indutoras do turismo reconhecidas pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2008) que são Pantanal, que tem como município indutor Corumbá, a Serra da Bodoquena, na qual Bonito é notoriedade e Caminhos dos Ipês que tem como cidade indutora Campo Grande a capital.

Dentro dessa perspectiva, foi estruturado um mapeamento inicial a partir da identificação de elementos que configuram desenvolvimento regional/local das cidades indutoras de turismo em Mato Grosso do Sul.

Nessa perspectiva nos cabe falar de segmentação turística, intrinsecamente ligada a estratégia de marketing. São diversas as segmentações de turismo, se tomarmos como referencial teórico Panosso Netto e Ansarah, (2009) são em torno de trinta segmentações.

Na atualidade, surge a caracterização de práticas de turismo que apresentam potenciais para uma futura aplicação do segmento do turismo de experiência. Nesse enfoque, Beni (2005) ressalta que uma experiência não é uma construção informe; é uma oferta tão real quanto qualquer serviço, produto ou mercadoria.

Turismo de Experiência requer planejamento e organização qualitativa e diferenciada das atividades a recepcionar grupos de visita aos territórios, a interagir de forma factual com os sujeitos, histórias e culturas locais - experiências exclusivas, memoráveis, partindo dos referenciais e saberes locais como cultura, lendas, mitos, artesanato, onde as manifestações materiais e imateriais do local estejam presentes e sejam peculiares ao local, compartilhadas de forma mais genuínas e autênticas possíveis (BRASIL, 2010b). Por meio das experiências temos nossas percepções sensoriais, ou seja, as ideias de algo. São pelas experiências sensoriais e percepções que detemos a possibilidade de elaborar as ideias e descrevê-las.

Nesta modalidade de prática de turismo o turista passa a vivenciar in loco e in labore as experiências, ultrapassando o exercício da mera observação. Insere-se nos ambientes e busca fazer parte da cultura local trocando experiências e emoções em vivências compartilhadas – participa do seu *modus vivendi*, da sua cultura se efetiva na esfera das percepções, nutre-se de sensações, memórias e vivências podendo perceber no exercício da participação a apreensão de novos conhecimentos, valores e práticas, estando conectado ao subsistema de mercado.

A experiência turística, quando já consolidada, faz com o turista interage com o local, confundindo-se entre ser um visitante e um morador da localidade ao interagir com os espaços, podendo se ressignificar nas relações pessoais, culturais, costumes e julgamentos entre outros.

Portanto, a interculturalidade, cujo significado é o esforço entre entender o Outro e suas relações com o

diferente, ter um olhar criativo e positivo sobre novos desafios da cultura, passando a ser um desafio entender e compreender o próximo e a cultura do Outro nas vozes e diálogos culturais que se interfazem (PINEDA, 2009). A interculturalidade surge com os valores e crenças que uma comunidade possui, compondo com suas habilidades, usos, costumes, territórios e territorialidades, bens tangíveis ou não, demonstrando uma identidade cultural e suas amplas relações com o ambiente. Com isso, esse relacionamento requer algo mais simétrico entre as pessoas, seus conhecimentos, saberes, práticas culturais, requerendo uma maneira de autoconhecimento junto aos elementos, símbolos que se unem e formam, sendo estes iguais ou diferentes (WALSH, 2009).

Sendo assim, com essa tessitura do turismo, moradores locais, desenvolvimento passa-se a compreender que o desenvolvimento tem como base objetivos como preservação; conservação ambiental; identidade cultural qualidade de vida, desenvolvimento participativo e geração produtiva de renda. Para pensar e analisar o desenvolvimento local é necessário que a comunidade local se sinta parte do processo onde a tomada de decisões, responsabilidades, melhoramentos e possível transformação em melhorias se darão com a população local e seu entorno. Para Jean (2010), o território não compreende apenas ligações de fronteira, mas é um local onde há histórias, pessoas, culturas, relações políticas entre outras. É uma entidade sócio espacial, que relaciona as construções humanas.

Assim, as questões gerais de uma definição para desenvolvimento local, em um olhar mais amplo são: 1) desenvolvimento local e uma mudança de estrutura, 2) processos que contemplam o sistema produtivo local unem-se com questões sócio-culturais e dependem da capacidade de dinamização interna; 3) as políticas para o desenvolvimento local são de longo prazo; 4) o binômio equidade – eficácia caminham juntos; 5) o fortalecimento do local permite autonomia e afeta o desenvolvimento territorial; 6) o desenvolvimento local, tem um aporte específico, sendo integrador nas suas ações, melhorando os aspectos socioculturais, humanos, meio ambiente e suas dinâmicas; 7) o desenvolvimento local e suas ações devem se articular dentro dos objetivos do desenvolvimento regional e suas políticas de ações atendem de maneira mais direta o crescimento, mesmo que gere uma melhorias em outros setores; 8) a coordenação de ações no território se transforma em multidimensionais pela sua complexidade de envolvimento e conhecimento das necessidades locais juntamente com seus agentes para atingir objetivos estratégicos que foram definidos (LEDO; BONÍN; IGLESIAS, 2007).

Recorrendo a Pecqueur (2005), o desenvolvimento territorial é uma forma de se apropriar das condições que o território apresenta e verificar possibilidades potenciais do território. Nesta lógica, esse tipo de desenvolvimento é endógeno e voltado às comunidades rurais, urbanas e locais, para que estas possam voltar-se às competências e habilidades de uma comunidade (MORAES, 2003a).

TURISMO DE EXPERIÊNCIA

A experiência sensorial está interligada com o conhecimento empírico e diretamente com as sensações e ambas se fundem no ser humano, este que é um ser racional e sedento por vivenciar sempre novas experiências que o transformam e as percebem. O ser humano está sempre em construção e em múltiplas direções ou dimensões. Por meio das experiências temos nossas percepções sensoriais, ou seja, as ideias de algo. São pelas experiências sensoriais e percepções que detemos a possibilidade de elaborar as ideias e descrevê-las. Isso quer dizer, apenas posso descrever com fidelidade as experiências vividas, sentidas e percebidas no corpo, os quais mudam de intensidade e de descrição com o passar dos tempos (GONÇALVES, 2016).

Para tratar dessa questão sobre o conceito de experiência necessário o que se fez foi buscar no empirismo filosófico, referencial prático-teórico para a compreensão do que tem sido entendido por experiência no campo do turismo.

Para os principais representantes ingleses empiristas como Davi Hume e John Locke o conhecimento resulta de uma base empírica que só pode ser adquirida com a experiência sensorial ponderado pelo nosso cérebro, com percepções da realidade, dando ênfase ao papel da experiência sensível no processo do conhecimento (STEPHEN, 2014). O método utilizado para o empirismo é indutivo e utiliza a probabilidade, desta maneira, a formulação de hipóteses, observação e verificação com base em experimentos (ARANHA; MARTINS, 1993; MARCONDES 2005). Neste sentido, salientam-se os aspectos individuais das vivências e experiências sensoriais. Portanto, para os empiristas, o conhecimento é adquirido por uma somatória e associação das sensações e das percepções sensoriais, que se somados a estas frequências de repetição e da sucessão dos nossos estímulos externos, tornam-se experiências que

logo se tornam hábitos (GONÇALVES, 2016).

O conhecimento para os empiristas inicia-se pelas experiências por meio dos sentidos, denominando-se sensações. Estas sensações são pontuais e ocorrem no intelecto dos indivíduos e depois de reunidas são chamadas de percepções. Aquele que tem as percepções tem a possibilidade de associá-las, unificá-las, organizá-las e sintetizá-las dentro de três perspectivas: de semelhança, proximidade ou sucessão temporal. As associações são as ideias, que trazidas se tornam experiências, onde perpassam a sensação e a percepção - se convertem em hábitos e são levadas à memória. Após todo esse trajeto a razão os transforma em pensamentos (CHAUÍ, 2006). Neste sentido, para Berkeley (1992, p. 546):

[...] os objetos do nosso conhecimento são as ideias; estas se reduzem a sensações; as combinações constantes de ideias são as coisas; mas as ideias e suas combinações constantes estão apenas na mente; as sensações são sempre concretas e individuais, por isso as ideias abstratas são somente ilusão [...]

Para melhor compreender o significado de experiência, de maneira ampla, buscou-se a origem da palavra, cuja origem grega: *empeiria* significa um saber de experiência sensível e permite a fins práticos (MARCONDES, 2005). Para Turner (1982), um ensaio sobre a etimologia da palavra inglesa experiência traz interessantes e possíveis relações com objeto desta investigação. Experiência, uma palavra, [...] inglesa com uma derivação da base indo-européia* *per-* 'tentar, aventurar-se, arriscar' – podendo ver como seu duplo "drama", do grego *dran*, 'fazer', espelha culturalmente o 'perigo' etimologicamente implicado na palavra 'experiência'. O Cognato germânico de *per* relaciona experiência com 'passagem', 'medo' e 'transporte', porque *p* torna-se *f* na lei de Grimm. O grego *peraō* relaciona experiência a "passar através", com implicações em ritos de passagem. Em grego e latim, experiência associa-se a perigo, pirata e ex-per-imento. (TURNER, 1982, p. 17-18).

A experiência sensorial recebe dos sentidos e os repete pela memória que tem a capacidade de estabelecer as relações dos dados sensoriais que são nela retidos (GONÇALVES, 2016). A experiência está baseada na repetição, no seu saber-fazer, após isso, apresenta a arte ou técnica, deixando de ser apenas prática passando ao conhecimento junto com as regras. Como última etapa desse conhecimento, há a episteme, ou seja, o saber teórico, a ciência, este saber teórico é mais contemplativo, não tendo fins mais práticos ou imediatistas, onde o desejo pelo conhecimento e o saber teórico deve ter um caráter gratuito (MARCONDES, 2005). A experiência é derivada da memória, nos homens sendo de conhecimento particular, ou seja, individualizada.

A Metafísica na visão e entendimento de Aristóteles apud Gonçalves (2016) investiga:

Aquilo sem o que não há seres sem conhecimento dos seres: os três princípios lógicos-ontológicos e as quatro causas; Aquilo que se faz um ser, ser necessariamente o que ele é: matéria, potência, forma e ato ;

Aquilo que faz um ser, ser necessariamente como ele é: essência e predicados ou categorias; Aquilo que se faz um ser existir como algo determinado: a substância individual (substância primeira) e a substância como gênero ou espécie (substância segunda) (CHAUÍ, 2006, p.191).

Desta maneira, o conhecimento é transmitido de três formas: "[...] por inscrição, isto é, de modo inato, por tradição - transmissão - ou por experiência sensível" (MICHAUD, 1986, p.23). John Locke diz que a lei natural não é inata, que também não é conhecida pela sua forma de transmissão e as fontes de conhecimento são dadas por uma experiência sensível (MICHAUD, 1986), distinguindo assim claramente duas fontes possíveis para nossas ideias: a sensação, sendo a primeira o "[...] resultado da modificação feita na mente através dos sentidos" e a reflexão que "[...] é a percepção que a alma tem aquilo que nela ocorre. Assim, a reflexão se reduz apenas à experiência interna do resultado da experiência externa produzida pela sensação" (ARANHA; MARTINS, 1993, p. 107).

A teoria da Experiência em John Locke resume-se da seguinte maneira:

1º - redução da E. à intuição das coisas (sensação) ou do atos internos (reflexão); 2º resolução da sensação e da intuição em elementos simples, entendidos cartesianamente como ideias; 3º uso da noção de E. como critério ao mesmo tempo limitativo e fundamentador do conhecimento humano, já que este não pode ir além da E. que lhe fornece ideias e, ao mesmo tempo, recebe da E., com o material indispensável e com os nexos que esse material apresenta, o critério da sua validade (ABBAGANNO, 2000, p.409).

Para Locke (1991 apud MARCONDES, 2005), o nosso conhecimento é fornecido pela percepção sensível, sendo resultado de como elaboramos os dados que nos são fornecidos, através das experiências e

reflexão, ocorrendo por meio das ideias, sendo que ideias “[...] são signos mentais das coisas, as palavras são signos das ideias [...] é por meio das ideias que as palavras se referem às coisas [...]” (MARCONDES, 2005, p.181). Com relação a produção do conhecimento para o autor, deriva das experiências sensíveis, logo, são oriundas das sensações, estas que quando recebemos as impressões das coisas externas se tornam ideias.

As ideias podem ser divididas em simples: qualidades primárias (solidez, movimento, número, repouso) e qualidades secundárias (sabor, som, odor). As primeiras são objetivas, pois existem nas coisas e as segundas são subjetivas, ou seja, variam conforme as ações do sujeito (GONÇALVES, 2016). Existem também as ideias complexas, estas que se formam no intelecto e não possuem uma validade objetiva, sendo estas de valor prático seguindo Aranha e Martins (1993).

Outro filósofo do empirismo, Berkeley, afirma que todo nosso conhecimento deve vir da experiência sensorial e tem seu acesso por meio das percepções, sendo que essas percepções são apenas ideias e elas interagem com os sentidos, ou seja, as ideias são sensações que se tornam percepções (KIM, 2011; REALE, ANTISERI, 1990, MARCONDES, 2005).

É a partir da memória que o ser humano tem suas experiências, pois elas ocorrem com recordações repetidas e assim se tornam uma experiência única, e esta, torna-se quase parecida com a arte e a ciência. Portanto, as experiências são únicas e singulares (MARCONDES, 2005). A experiência é construída pelo humano, tem um dado subjetivo e precisa ser revisto, o saber humano é determinado por impressões que surgem de sensações, o conhecimento deve ocorrer por meio de experiências e não deduções (KIM, 2011).

Segundo Michaud (1986, p. 24), “[...] a lei natural é assim deduzida da consideração dos fatos, especialmente dos fatos da natureza humana. É o que Locke tinha em vista ao dizer que a lei natural é conhecida pela razão a partir da experiência sensível”.

As ideias são derivadas da percepção sensível e são representadas no real, ou seja, “[...] Chamo de ideia, tudo aquilo que o espírito percebe em si mesmo ou que é objeto imediato da percepção, do pensamento ou do intelecto, já o poder de produzir uma ideia em nosso espírito eu chamo de qualidade do sujeito em que reside tal poder [...]” (REALE; ANTISERI, 1990, p. 513), assim é a fonte do conhecimento.

Desta maneira, o conhecimento não é inato, e sim resultado de como o ser humano elabora os dados por meio de experiências sensoriais, percorrendo o caminho psicológico, assim sendo, estudando as sensações e distinguindo ideias em sensações e reflexões, logo, ideias são sensações e o conhecimento é fruto dessas sensações, sendo que a mente percebe todas essas sensações e faz uma combinação entre elas (REALE; ANTISERI, 1990).

Para Tuan (1983, p. 10), a experiência tem uma conotação de passividade onde, [...] experiência implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência. Experienciar é aprender; significa atuar sobre o dado e criar a partir dele [...] o que pode ser conhecido é uma realidade que é um constructo da experiência, uma criação de sentimento e pensamento.

As experiências são individualizadas, contudo permitem a divisão com os outros, além de estimular as experiências com os outros, elas são a observação de objetos externos como da mente, porém são únicas e cada um tem sua forma de experienciar. Assim sendo se dividem em dois tipos: a) externas - que são as propriedades dos objetos em si de onde se originam ideias simples de sensação, podendo ser essas sensações dadas por um único sentido ou por vários, sensações objetivas que realmente existem nas coisas conhecidas como: cor, extensão, o movimento, ou seja, a forma como observamos os objetos; b) internas - são aquelas que possuem as características do objeto, como o odor, sabor, variando de sujeito para sujeito ou seja, são subjetivas (ARANHA; MARTINS, 1993; CABRAL, 2013; REALE; ANTISERI, 1990).

Nessa perspectiva, a sensação é o resultado da modificação feita na mente através dos sentidos. A reflexão é a percepção sensorial que a alma tem daquilo que nela ocorre. Portanto, a reflexão se reduz apenas à experiência interna do resultado da experiência externa produzida pela sensação (ARANHA; MARTINS, 1993). Para Berkeley, “[...] a conexão entre diversos tipos de sensações não é uma questão de lógica ou objetiva, mas somente fruto da experiência. É a alma humana que vincula as “sugestões” dos vários conteúdos das diversas sensações” (REALE; ANTISERI 1992, p. 539).

Na tese de David Hume, assim como nos demais empiristas, é através das ideias que se originam as experiências sensíveis e seu critério de validação é por meio das percepções (MARCONDES, 2005).

Portanto, com a experiência percebe-se que há uma apresentação de conjunção de maneira constante entre os fenômenos e não uma conexão que se chama de causalidade. Assim, compreende-se que essa noção de causalidade é resultado da regularidade, ou melhor, da repetição da experiência de uma conjunção frequente dos fenômenos, isso é, uma maneira de notar o real, é uma forma das ideias derivadas da reflexão da nossa mente (MARCONDES, 2005). As experiências após sucessivas repetições criam o que se chama de hábitos e conseqüentemente se tornam experiências.

Nas relações com a experiência, ou seja, das nossas impressões e a maneira que é elaborada, David Hume afirma que não podemos ter outra representação da nossa mente que seja independente da nossa experiência sensorial, ou seja, de nossas impressões sensíveis e da maneira como as elaboramos. “[...] O “eu” (self), portanto, nada mais é do que um feixe de percepções que temos em um determinado momento e que varia na medida em que essas percepções variam [...]” (MARCONDES, 2005, p. 183).

Para que haja essa definição do “self”, é necessário definir alguns parâmetros: qual a posição na árvore genealógica da família, o espaço social no qual se está inserido, a geografia e suas relações com o meio que se convive e se percebe inserido, as orientações morais e espirituais que definem o sujeito e, como elas têm significação para ele a partir do momento que faz uma movimentação de questionamentos e indagações sobre o que busca e encontra de maneira que seja orientado para o bem. O self pode ser compreendido como um “objeto” a ser conhecido para si mesmo, sendo este constituído sem qualquer identidade, apenas por sua autoconsciência, porém, “[...] a própria ideia de ter ou ser ‘um self’, de o agir humano ser essencialmente definido como “o self” é reflexo linguístico de nossa compreensão moderna e da reflexão radical que ela envolve” (TAYLOR, 1994, p.231).

Por conseguinte, o auxílio da experiência se faz necessário para que as proposições entre causa e efeito e as relações com as descobertas da razão passem pelas experiências. “[...] As inferências tiradas das experiências são efeitos do costume [...] o costume [...] é o único princípio, que torna útil nossa experiência e nos faz esperar, no futuro, uma série de eventos semelhantes àqueles que apareceram no passado” (HUME, 1972, p. 47). Sem essa ação do hábito, seria ignorado o que está presente na nossa memória ou aos sentidos, pois as inferências que são derivadas da experiência, são efeito do costume, porque ele “[...] é o guia da vida humana [...] (ARANHA; MARTINS, 1993, p. 111).

Diante do exposto, pode-se dizer que o processo de formação das ideias inicia-se com as percepções sensoriais, que se subdivide em impressões (impressões mais fortes que são as experiências sensoriais fortes – aquelas que você mesmo experimenta a natureza da experiência, por exemplo: fazer a viagem e percepção forte) que então originam as ideias (percepções mais fracas – são as ideias construídas a partir das experiências, por exemplo: falar sobre viagem é uma percepção fraca), que então passa a formar um mundo externo àquele do meu pensamento, dessa forma, dando mais valor para as experiências. Quanto mais próxima da impressão sensível, mais nítida e real será a percepção dos sentidos e nas ideias, quanto menos nítida mais distante é. Outro princípio analisado foi o da causalidade, este que é a crença de observar os hábitos repetidas vezes, uma maneira de perceber os fenômenos por meio da causa e efeito (HUME, 1972).

As experiências e sua importância, remetem a um fundamental meio de socialização, uma rede profissional, de autoconhecimento, unindo ao aprendizado e satisfação pessoal, mas também possui diferentes graus de envolvimento, durabilidade e qualidade, pois está intimamente ligada ao subjetivismo e a um pluralismo sociocultural e biológico do indivíduo (TRIGO, 2013). A experiência sensorial sempre é algo individual, sendo particular e logo subjetivo, cada um tem suas experiências, é impossível passar suas experiências para o outro, portanto, tudo que sabemos existir nos é transmitido por nossas sensações e percepções resultando em nossas experiências (CHAUÍ, 2006).

A viagem como experiência é um momento presente da vida, que pode ser desfrutado existindo um significado para cada indivíduo e este é intransferível. Cada ser humano é único e possui seu modo de vivenciar, experimentar, novas descobertas, algo complexo e profundo, porque se depara com outros conhecimentos, adquire outros olhares para o mundo, passa a ter um autoconhecimento e uma consciência cada vez maior das suas limitações, atitudes, valores, entre outros (GONÇALVES, 2016).

Os serviços são experiências quando envolvidos nos fenômenos das sensações (PINE II; GILMORE, 1999 apud GONÇALVES, 2016). Para Beni (2004, p. 301), “[...] A economia da experiência representa uma revolução fundamental, uma ruptura com as formas tradicionais de turismo”, pois o Turismo de Experiência traz consigo outra maneira de ser, é um produto diferenciado, onde existe uma busca por uma modificação

no olhar, uma transformação pessoal. Valoriza as relações humanas e pessoais que ocorrem entre os indivíduos, criando um entendimento entre o modo de ver e pensar as relações entre si e o mundo, com suas investigações pessoais correlacionadas com as histórias e os conhecimentos culturais. Gaeta e Panosso Netto (2010, p. 15) explicam que: “[...] o prazer de viajar está intimamente associado às experiências ímpares que serão vivenciadas durante a viagem, em uma perspectiva individual e personalizada”. As maiores viagens são aquelas nas quais buscamos conhecer nós mesmos, onde há uma busca pela autenticidade e um retorno ao passado (GONÇALVES, 2016).

Quando falamos em atividades de turismo e experiências nos deparamos com dois segmentos de marketing com potenciais em diferentes escalas, para a sua realização, que são entre inúmeras segmentações do mercado turístico, sendo o turismo tradicional e turismo de experiência (GONÇALVES, 2016).

Entre o turismo tradicional e o Turismo de Experiência existem algumas diferenças. Ambas segmentações de mercado, porém com visões opostas na sua prática de atividades turísticas. Segue abaixo um quadro que busca demonstrar as principais características e diferenças dessa relação, sendo que estas muitas vezes estão próximas e se interligam (GONÇALVES, 2016).

Diante do exposto, pode-se dizer que o Turismo de Experiência surge como uma forma de reflexo de uma sociedade pós-moderna em busca de possível autenticidade e envolvida com emoções e experiências. O turista quer buscar algo inovador, que possa interagir com o destino visitado, deseja obter sensações, emoções que se tornem inesquecíveis em suas vidas, onde valores imateriais são mais importantes: o cuidado com o olhar à sua qualidade de vida. Este turista quer conectar-se e descobrir com as pessoas o lugar, conhecer seus costumes, histórias por viver e compartilhar, procurando obter algo memorável.

No que tange a esses sentimentos envolvidos no Turismo de Experiência, Bordas (2003) descreve que ao perfil de interesse desses turistas podem ser incluídos: segurança (onde o turista entende o seu entorno, entendendo seus direitos e o que está se envolvendo); variedade: deseja ter opções de fazer muitas coisas; singularidade: sendo mais personalizados as variações ofertadas; conexão: esse turista se sente parte do local, da comunidade, se sentindo parte de um grupo; crescimento: isto é, neste novo e outro olhar para o Turismo de Experiência, é preciso que o turista seja atraído por experiências e vivências, onde normalmente resulta em um crescimento pessoal; contribuição: se o que foi vivenciado, houve uma contribuição para algo além das viagens e tradições, buscando algo em crescimento para si e para o outro (GONÇALVES, 2016).

Para que a viagem seja algo realmente experiencial e cultural, se torna necessário realizar interpretação e preservação dos bens culturais tangíveis e intangíveis do local visitado, para que todos percebam a necessidade de zelar pelo patrimônio. Esse tipo de viagem, que envolve a experiência turística, possui uma relação com o olhar, com o visual, mantendo uma singularidade local, envolvendo símbolos e significados de maneira marcante da cultura local (MURTA; ALBANO, 2002). As mudanças culturais, sociais e econômicas têm provocado nos turistas algo além do simples descanso e passeio, têm proporcionado que no seu tempo livre busquem algo que os enriqueçam e que promovam a satisfação e realização pessoal.

A paisagem local e a aparência sempre fizeram parte do processo turístico. Esta atividade sempre teve a preocupação com uma forma de espetáculo nas suas práticas culturais, pois o ato de representar torna as sensações diferenciáveis e memoráveis, é um jeito de conectar com o público, o mundo fazendo parte da sociedade humana (GONÇALVES, 2016).

Conforme os autores consultados, existe um avanço na Economia da Experiência, as empresas devem transformar esse trabalho em algo mais envolvente, na busca pelas sensações, onde os componentes ligados aos domínios emocionais: educacional, escapista e estético estarão interligados entre si (PINE II; GILMORE, 1999).

Alguns turistas almejam experiências deixando de lado o conceito de compradores de serviços, e passam a esperar no produto algo atrativo, peculiar e único, que lhes permita vivenciar experiências sensoriais por meio de todos os sentidos, olfato, visão, tato, audição e paladar. Essa interação permite que o momento se torne significativo e único (GAETA, 2010). É uma constante busca pelo diferente, pelo único, pelas experiências, pelo não comum. Essa atividade do turismo ligada ao entretenimento e sua indústria e tecnologias, se torna um dos pilares significativos da Economia da Experiência relacionado aos termos culturais e sociais.

Na atualidade esta segmentação de mercado turístico é uma possibilidade na qual se contemplam aspectos e elementos interessantes a serem potencializados e desenvolvidos na região do Pantanal Mato-Grossense. O contato intercultural inscrito nessa modalidade turística, hoje em dia tem sido uma garantia de êxito para o turismo e suas relações com a atividade sustentável, cultural e econômica (MATEOS, 2012).

Nesse intercâmbio de visitação para que impactos não sejam prejudiciais, são necessários encontros qualitativos entre os moradores locais e os visitantes. Quando os visitantes compram um bem ou serviço do morador local, compartilham um mesmo local ou trocam informa es, ideias e experiências   preciso que ambos desejem a preserva o da região. A comunidade local necessariamente precisa estar envolvida nesse processo de turismo pois será ela que receberá o turista, pois caso a comunidade não esteja aberta para a prática da hospitalidade no turismo, o turista não sentir  acolhido (GONÇALVES, 2016).

1.4.3 Objetivos

OBJETIVOS

GERAL: Investigar como o turismo vem se desenvolvendo a partir das experiências promovidas pelos atrativos urbanos e rurais de Campo Grande-MS.

ESPECÍFICOS:

Mapear os atrativos turisticos no meio rural e urbano que possibilitam a inser o do turismo de experiência em Campo Grande;

Apontar quais as a es preparatórias de sensibiliza o e mobiliza o da gestão pública e privada para o fomento do turismo de experiência local;

Apresentar perspectivas que alinham ao conceito de turismo de experiência a na produ o do turismo local;

Verificar nos destinos de modalidade do turismo de experiência, os perfis socioecon mico e motivacional dos turista que frequentam esses atrativos.

1.4.4 Metodologia e Avalia o

Os procedimentos metodológicos da presente pesquisa serão constituídos a partir da investiga o qualitativa de caráter bibliográfico, documental e social, integrando o grupo de pesquisas de ordem qualitativa.

O desenvolvimento da pesquisa qualitativa será caracterizada como uma investiga o que não exige regras precisas com aplicabilidade em um grande número de casos. A pesquisa por amostragem neste formato   indicada quando a análise de alguns casos   suficiente para permitir estimativas referentes ao universo. Já a coleta de dados   que determina as questões que serão levantadas (variáveis), e em seguida construídos os instrumentos de coleta de acordo com o tipo de dado que se pretende obter (DENCKER, 2003).

A pesquisa terá como abordagem a análise qualitativa a partir dos indicadores registrados com a pesquisa aplicada, entre eles os assuntos que abordam os registros documentais históricos, geográficos, culturais, ambientais, sociais e econ micos, associados a produ o do turismo no meio urbano e rural. Nessa composi o do método misto, ou seja, de abordagem quantitativa que defende o paradigma alternativo de que as abordagens exclusivamente quantitativas não são satisfatórias, o que possibilita a utiliza o de abordagens qualitativas na pesquisa científica, as quais buscam compreender as inten es e significados das a es humanas (DENZIN; LINCOLN, 2011; ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2004).

O método qualitativo não aplica instrumentos estatisticos para análise de um problema, uma vez que seu objetivo não   medir nem numerar os eventos estudados (RICHARDSON, 2008). Para a presente pesquisa, serão utilizados enquanto análise qualitativa algumas observa es, documentos e registros a fim de interpretar e organizar os dados”.

O DSC, dentro dessa pesquisa, tem o intuito de analisar o discurso do entrevistado que   coletivo, ou seja, um enunciado formado por outras vozes que constroem as teorias, tanto empíricas quanto de senso comum que são representadas por uma só pessoa.

Partindo dessa afirmação, a análise do DSC, é representada através da identificação das expressões chaves e posteriormente a formação de ideias centrais que por meio da união de fragmentos coerentes, buscam as semelhanças e diferenças dentro dos discursos propostos. E como método será adotado o de saturação (FONTANELLA, 2008).

A amostragem da pesquisa será por conveniência, escolhida por um dos indicadores de turismo de experiência, elegido de forma simples sobre os atrativos campo grandenses identificados no cenário turístico local. De acordo com Malhota (2010) a técnica de amostragem não probabilística que procura obter uma amostra de elementos convenientes. A seleção das Unidades amostrais é deixada a cargo do entrevistador e geralmente envolve menos gastos financeiros e economia de tempo. Para identificação do público-alvo para aplicação das entrevistas adotou-se o método de saturação, entendido como “O estado onde nenhum outro dado novo e relevante para o estudo emerge e os elementos de todos os temas, conceitos e teoria já foram considerados [...]”.

De acordo com Fontanella, Ricas e Turato (2008), o fechamento amostral por saturação teórica é operacionalmente definido pela suspensão de inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passarem a apresentar, na avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição, não sendo considerado relevante persistir na coleta de dados. Para estes autores, a saturação é considerada como uma ferramenta prática para o fechamento do tamanho da amostra.

Entende-se que os novos participantes passam a responder as mesmas coisas, ou seja, não acrescentam respostas diferentes, concluindo-se dessa forma, que ocorreu a saturação da resposta, ou seja, mesmo que a pesquisa entrevistasse toda a amostra populacional, não haveria respostas diferentes a acrescentar. Quanto a classificação com base nos objetivos será de ordem descritiva (GIL,2008), ou seja, será feita uma caracterização do fenômeno do Tour das Experiências no município de Campo Grande. Buscará ainda o método indutivo a partir da realidade turística da cidade de Campo Grande, destaque no mapa turístico sul-mato-grossense. Os argumentos indutivos possibilitam um exercício para o pensar cujo caminho é feito de observações particulares (premissa), tomadas a priori como verdadeiras, a generalizações conceituais (conclusões) que podem ser verdadeiras. A verdade não está implícita na conclusão (LAKATOS & MARCONI, 2000).

Já a pesquisa bibliográfica, bibliométrica e documental enquanto procedimento técnicos, serão realizadas por meio de livros e artigos científicos que abordem o tema transversal ao turismo de experiência entre eles PANOSSO NETTO (2010), TRIGO (2010; 2013), BORDAS (2003), SYNAPSIS (2014), PINE II & GILMORE (1999); GAETA (2010), incluindo a interculturalidade e multidimensionalidade do desenvolvimento entre eles WALSH (2009; 2001), OLIVEIRA et al (2009), GONÇALVES (2016), CANDAU (2009), BAUMAN (2005; 2012), entre outros.

No que relaciona ao contexto da pesquisa bibliográfica ela é entendida pela revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico. Essa revisão é chamada de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes que segundo Boccato (2006, p. 266), “[...] a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas”.

Nesse sentido, a revisão de literatura possui vários objetivos, entre os quais se destacam a) proporcionar um aprendizado sobre uma determinada área do conhecimento, neste caso do campo epistemológico do turismo; b) facilitar a identificação e seleção dos métodos e técnicas a serem utilizados pelo pesquisador pela aproximação dos conceitos de turismo, territorialidade, cultura, experiência, tradição, desenvolvimento, entre outras atribuídas a temática da pesquisa. A pesquisa documental será desenvolvida em diferentes momentos da investigação, como objetivo complementar o referencial teórico e subsidiar o processo investigativo em desenvolvimento. Serão utilizados entre outros documentos: Programa de Turismo de Experiência do Ministério do Turismo; Planejamento Estratégico da Empresa em estudo; entre outros documentos. Segundo Bravo (1991), são documentos todas as realizações produzidas pelo homem que se mostram como indícios de sua ação e que podem revelar suas ideias, opiniões e formas de atuar e viver. Nesta concepção é possível apontar vários tipos de documentos: os escritos; os numéricos ou estatísticos; os de reprodução de som e imagem; e os documentos-objeto (BRAVO, 1991).

No que relaciona ao contexto da pesquisa bibliográfica ela é entendida pela revisão da literatura sobre as

principais teorias que norteiam o trabalho científico. Essa revisão é chamada de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes que segundo Boccato (2006, p. 266), “[...] a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas”. Nesse sentido, a revisão de literatura possui vários objetivos, entre os quais se destacam a) proporcionar um aprendizado sobre uma determinada área do conhecimento, neste caso do campo epistemológico do turismo de experiência; b) facilitar a identificação e seleção dos métodos e técnicas a serem utilizados pelo pesquisador pela aproximação dos conceitos de turismo, territorialidade, cultura, experiência, tradição, desenvolvimento, entre outras atribuídas a temática da pesquisa.

Quanto a análise, tabulação e interpretação dos dados serão realizados a partir das informações e documentos coletados durante a vigência da pesquisa a fim de mapear a realidade local. Para tanto, o pesquisador buscará analisar o cenário interno e externo à atividade turística que envolve o segmento do Turismo de Experiência. Serão levantadas na análise de Campo Grande as fragilidade e fortalezas que correspondem ao ambiente interno; já as oportunidades e ameaças inerentes ao ambiente externo, que afetam direta e indiretamente no interesse do consumidor/turista e ao mesmo tempo no destino turístico.

1.4.5 Referências Bibliográficas

- ARANHA, Maria Lucia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1993.
- BARBOSA, L. G. M. (Org.). *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Relatório Brasil, 2ed.* Brasília: Ministério do Turismo, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Ensaio sobre conceitos de cultura*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BENI, M. C. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. *Revista Turismo - Visão e Ação*, Balneário Camboriú, v. 6, n. 3, p.295-305, 2004. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1063>>. Acesso em: 05 mar. 2018.
- BORDAS, Eulogio. *Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado*. Conferencia celebrada en el acto delnauguración del primer semestre del curso 2002-2003 de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. UOC [on line], 2003. p. 1-16. Disponível em: <www.uoc.edu/dt/20219/20219.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2015.
- BRASIL.Ministério do Turismo. *Tour da experiência. Manual tour da experiência 2010: conceituação*. [on line]. 2010b.Disponível em: <http://www.tourdaexperiencia.com.br/arquivos/manual_conceituacao.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2010.
- BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. *Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- CAPRA, F. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix, 1982.
- CHAUI, M. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ed Ática, 2006.
- CLAVAL, P. *A geografia cultural*. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2001.
- DENCKER, A. de F. M. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. São Paulo – Futura, 2003.
- FAGUNDES, M. B. B.; SCHMIDT, V.; CENTURIÃO, D. A. S. Identificação das variáveis de SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico e o desenvolvimento local: Corumbá-MS. *Informe Gepec*, v. 17, n. 1, p. 6-22, 2013.
- FONTANA, Rosislene de Fátima. *Inovação no planejamento do turismo e da hospitalidade no espaço rural*. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de (Org.). *Teoria e prática do Turismo no espaço rural*. Barueri, SP.: Manole, 2010. p.259-273.
- FONTANELLA, B. J. B.; RICAS, J.; TURATO, E. R. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. *Caderno Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 17-27, 2008.
- GARCIA, D.; JESUS, D.; MERIGHI, G. As preferências dos sul-mato-grossenses na escolha de seus destinos turísticos: uma análise para o estabelecimento de diretrizes políticas e competitividade para o estado de Mato Grosso do Sul, Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, n. 27/28, p.1599-1609, 2017.
- GAETA, Cecília. *Turismo de experiência e novas demandas de formação profissional*. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. (Org.). *Turismo de experiência*.São Paulo: Ed Senac, 2010.

p.133-150.

GÂNDARA, J. M. G. Construindo conceitos: qualidade, destino turístico, experiência, produto e visitação. In: Qualidade da experiência na visitação de produtos turísticos – Mestrado em Cultura e Turismo – UESC, Ilhéus, Bahia, 2009.

GONÇALVES, Debora F. TURISMO DE EXPERIÊNCIA, CULTURAS E DESENVOLVIMENTO: UMA RELAÇÃO POSSÍVEL PARA O PANTANAL MATO-GROSSENSE NA SUB-REGIÃO DE MIRANDA?!. Tese de Doutorado Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2016.

GILMORE, J. H.; PINE II, J. The experience economy: work is theatre & every business a stage. Boston: Harvard Business Review Press, 1999.

JEAN, Bruno. Do Desenvolvimento Regional ao Desenvolvimento Territorial Sustentável: rumo a um Desenvolvimento Territorial Solidário para um bom Desenvolvimento dos territórios rurais. In: VIEIRA, Paulo Freire et al. Desenvolvimento Territorial Sustentável no Brasil: subsídios para uma política de fomento. Florianópolis: APED: Secco, 2010. p.49-76.

LEDO, Andrés Precedo; BONÍN, Arturo Revilla; IGLESIAS, Alberto Miguez. El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el camino de Santiago. Estudios Geográficos, LXVIII, n. 262, p.205-234, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://estudiosgeograficos.revistas.csic.es/index.php/estudiosgeograficos/article/view/11/8>>. Acesso em: 24 fev. 2015.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. Discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). Caxias do Sul: Ed. UCS, 2003.

_____. Discurso do sujeito coletivo, complexidade e auto-organização. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 14, n. 4, p. 1.193-1.204, 2007.

LIMA, B. S. Paisagens da Serra de Maracaju e suas potencialidades para o turismo de natureza. 2017. 311 f. Dissertação (Mestrado em...) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2017.

LOHMANN, G. PANOSSO NETTO, A. Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas. 2ª edição, São Paulo, Aleph, 2012.

MALHOTRA, Naresh: Pesquisa de Marketing Uma Orientação Aplicada. 6ª Edição. São Paulo: Bookman, 2010.

MATO GROSSO DO SUL. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, polo Campo Grande e região (PDITS). Campo Grande, 2012.

MARTINS, D. W. C.; PAQUER, E.; SCHLUCHTING, G. Qualidade do transporte rodoviário de passageiros nos trechos Campo Grande-Bonito e Campo Grande-Corumbá. Multitemas, n. 20, p. 19-21, 2001.

MICHAUD, Ives. Locke. Trad. Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

MORAES, Jorge Luis Amaral de. Capital social e desenvolvimento regional. In: CORREA, S.M.S. (Org.). Capital social e desenvolvimento regional. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003a. p.123-148.

NETO DE JESUS, D.L. A (re)tradicionalização dos territórios indígenas pelo turismo: um estudo comparativo entre os Kadiwéu (Mato Grosso do Sul, BR) e Maori (Ilha Norte, NZ). Curitiba, 2012. 264f. Tese (doutorado) Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Curso de Pós-Graduação em Geografia. 2012.

OLIVEIRA, L. D.; PINHEIRO, L. E. L.; MICHELS, I. L. Caracterização da Cadeia Turística do Mato Grosso do Sul. Turismo em Análise, v.20, n.2, 2009.

OLIVEIRA, Lilian Blanck et al. Culturas e diversidade religiosa na América Latina: Pesquisas e perspectivas pedagógicas. 1. ed. Blumenau; São Leopoldo: Edifurb; Nova Harmonia, 2009.

PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. (Org.). Turismo de experiência. São Paulo: Ed Senac, 2010.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: Uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul. Raízes, Campina Grande, v. 24, n.1 e 2, p. 10–22, jan./dez. 2005.

PINEDA, Fabiola Luna. É Hora de sacudir os velhos preconceitos e de construir a Terra: sobre Educação Intercultural. In: CANDAUI, Vera Maria (Org.). Educação Intercultural na América Latina: entre concepções, tensões e propostas. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2009. p.94-123.

RABAHY, W. A. Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri, SP: Manole, 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

SYNOPSIS. Turismo de Experiências. Disponível em: <<http://www.turismodeexperiencias.com/#!calendario>>. Acesso em: 06 out. 2014.

SCHMIDT, V.; FAGUNDES, M. B.; ARRUDA, D. O.; MARIANI, M. P. Avaliação do potencial econômico do turismo no município de Corumbá-MS sob a visão do trade turístico. Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo, v. 7, n. 1, p. 1-19, 2012.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Turismo de Experiência. Recife: CCS, 2015. 52p.

TRENTIN, F.; SANZOLO, D. G. Políticas públicas de turismo e indicadores de sustentabilidade ambiental: um estudo sobre Bonito – MS. Turismo - Visão e Ação, v. 8, n.1, p. 61 – 74, 2006.

TOUR DA EXPERIÊNCIA. Institucional. Disponível em: <<http://www.tourdaexperiencia.com.br/institucional>>. Acesso em: 07 abr. 2014.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecilia. (Org.). Turismo de experiência. São Paulo: Ed Senac, 2010. p.21-42.

_____. A viagem: caminho e experiência. São Paulo: Aleph, 2013.

TUAN, Yi-Fu. Espaço e lugar: a perspectiva da experiência. São Paulo: Difel, 1983.

WALSH, Catherine, Interculturalid, Estad, Sociedad: Luchas (de) coloniales de nuestra época. Quito: Ediciones Abya- Yala, 2009

WALSH, Catherine, Interculturalid, Estad, Sociedad: Luchas (de) coloniales de nuestra época. Quito: Ediciones Abya- Yala, 2009.

_____. Interculturalidade crítica e Pedagogia Decolonial: in-surgir, re-existir, e re- viver. In: CANDAU, Vera Maria (Org.). Educação Intercultural na América Latina:entre concepções, tensões e propostas. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2009. p.12-43.

1.5 Anexos

Nome	Tipo
anexo_5_netto.doc	Anexo 5 SR - Pesquisa

2. Equipe de Execução

2.1 Membros da Equipe de Execução

Docentes da UEMS

Nome	Regime - Contrato	Instituição	CH Total	Funções
Daniela Sottili Garcia	Dedicação exclusiva	UEMS	0 hrs	Pesquisador(a)
Debora Fittipaldi Goncalves	Tempo Integral	UEMS	0 hrs	Pesquisador(a)
Djanires Lageano Neto de Jesus	40 horas	UEMS	0 hrs	Gestor, Coordenador(a)

Discentes da UEMS

Não existem Discentes na sua atividade

Técnico-administrativo da UEMS

Não existem Técnicos na sua atividade

Outros membros externos a UEMS

Não existem Membros externos na sua atividade

Coordenador:

Nome: Djanires Lageano Neto de Jesus

Nº de Matrícula: 8515661

CPF: 82525099168

Email: netoms@uems.br

Categoria: Professor Adjunto

Fone/Contato: 6799341969 / 34119016

Local _____, 18/06/2019

Djanires Lageano Neto de Jesus
Coordenador(a) da Proposta de Pesquisa

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Parecer do Coordenador de Curso

Parecer do Gerente da Unidade