UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Beatriz Esperança Neves

Educação Turística e Protagonismo Juvenil: O jogo "BM 360º" como estratégia de fomento à hospitalidade e ao pertencimento em Barra Mansa/RJ

Juiz de Fora
2026

Beatriz Esperança Neves

Educação Turística e Protagonismo Juvenil: O jogo "BM 360º" como estratégia de fomento à hospitalidade e ao pertencimento em Barra Mansa/RJ

Dissertação apresentada ao Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Pública do Turismo e Desenvolvimento Regional.

Orientador: Profa. Dra. Miriane Frossard

Juiz de Fora
2026

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Esperança Neves, Beatriz .
Educação Turística e Protagonismo Juvenil: O jogo "BM 360º" como estratégia de fomento à hospitalidade e ao pertencimento em Barra Mansa/RJ/ Beatriz Esperança Neves. -- 2026. 54 p.

Orientadora: Profa. Dra. Miriane Frossard
Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Especialização em Gestão Pública do Turismo e Desenvolvimento Regional, 2026.

1. Educação Turística. 2. Protagonismo Juvenil. 3. Pertencimento. 4. Gamificação. 5. Hospitalidade. I. Frossard , Profa. Dra. Miriane , orient. II. Título.

Beatriz Esperança Neves

Educação Turística e Protagonismo Juvenil: estratégias de fomento à hospitalidade e ao pertencimento local em comunidades com potencial turístico.

Dissertação apresentada ao Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Pública do Turismo e Desenvolvimento Regional.

Aprovada em 30 de março de 2026.

BANCA EXAMINADORA

_____
Profa. Dra. Miriane Frossard - Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

_____
Prof. Dr. Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior
Universidade Ferderal de Juiz de Fora

_____
Profa. Dra. Romilda Aparecida Lopes
Universidade Ferderal de Juiz de Fora

Ao meu amado filho, Gabriel. Em seu sorriso, encontrei a força para recomeçar. Em seu futuro, a motivação para persistir. Este trabalho é a prova viva de que somos os protagonistas de nossa jornada, capazes de superar qualquer desafio, em qualquer tempo. Que ele inspire você a nunca duvidar do poder dos seus sonhos. Tudo o que faço é e sempre será por você.

AGRADECIMENTOS

À espiritualidade, aos meus guias de luz e aos Orixás, por me darem força, sabedoria e sustentação para concluir esta etapa.

À Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e ao Instituto de Ciências Humanas (ICH), pela oportunidade de aperfeiçoamento acadêmico através desta especialização. Manifesto o meu reconhecimento à coordenação do curso e a todo o corpo docente, que, com excelência e compromisso, partilharam conhecimentos essenciais para a compreensão da gestão pública e do desenvolvimento regional, fundamentais para a maturação desta pesquisa.

À minha orientadora, Profa. Dra. Miriane Frossard, pelo rigor acadêmico, pela paciência e por iluminar os caminhos desta pesquisa com sua vasta experiência e orientação precisa.

À Adriana Homem de Carvalho, Diretora de Turismo, Hotelaria e Alimentos do Sesc Rio. Sua trajetória de liderança e seu compromisso com o turismo foram a inspiração que acendeu a chama deste projeto. Agradeço por nos incentivar a buscar propostas capazes de transformar realidades através da nossa atuação profissional.

À minha gerente da unidade Sesc Barra Mansa, Flávia Genestra, por sempre acreditar no meu potencial, incentivar minha criatividade e oferecer o suporte necessário para que minhas ideias ganhassem espaço e vida.

Aos meus coordenadores, Felipe Assis e José Felipe Salles, minha mais profunda admiração. Obrigada por serem mestres no sentido mais puro da palavra, guiando-me com excelência e desafiando-me a enxergar além do óbvio. A confiança depositada em mim foi o alicerce para este trabalho.

Aos meus colegas e parceiros do Sesc, em especial Bárbara Sant'Anna, Mauro Rezende, Renata Pellegrino e Daniel Marujo. Obrigada por acolherem minhas ideias, pela paciência nas trocas diárias e por caminharmos juntos em direção ao objetivo comum de promover o bem-estar e o protagonismo social.

À Priscila Bento, uma amizade preciosa que nasceu do trabalho e floresceu para a vida. Sua presença foi um presente fundamental nesta jornada.

Às comunidades e aos jovens que deram alma a este projeto, em especial Bernardo, Amanda, Carlos, Thalitiely, Raynna, Eloah, Rayssa e Maria Fernanda. É para vocês e por vocês que cada linha foi escrita. Que este trabalho seja uma semente de transformação.

Ao meu pequeno Gabriel, que, mesmo sem saber, me ensina todos os dias sobre o futuro que desejo ajudar a construir. Seus passos inocentes são o mapa para o meu propósito.

Aos meus familiares e amigos, porto seguro de todas as horas. O incentivo de vocês e a minha fé lembraram-me do meu próprio potencial, mesmo quando eu duvidava.

Por fim, minha gratidão a todos os educadores e profissionais do turismo que acreditam no poder transformador do nosso setor. Este trabalho não é apenas meu; é fruto de uma crença compartilhada.

"Se queres ser universal, começa por pintar a tua própria aldeia." — Liev Tolstói

RESUMO

Este relato de experiência explora a educação turística como uma ferramenta pedagógica potente para mitigar a hostilidade e fomentar a hospitalidade e o pertencimento local entre jovens em comunidades com potencial turístico. Partindo da observação de que a juventude, tanto em destinos incipientes quanto consolidados, frequentemente percebe o turismo como uma ameaça, este trabalho detalha a concepção e a aplicação da oficina “Turismo 360º” e do jogo de tabuleiro gigante “BM 360º” com participantes do projeto Sesc Juventudes em Barra Mansa, RJ.
Fundamentada na Pedagogia da Autonomia de Paulo Freire e na gamificação, a intervenção buscou proporcionar uma visão holística da atividade, permitindo aos jovens experimentar as perspectivas de turista e de anfitrião. Os resultados, observados através da prática e dos diálogos, demonstram uma significativa ressignificação do conceito de turismo, que evoluiu de uma visão puramente recreativa para uma compreensão sistêmica e cidadã. Observou-se o despertar da valorização territorial, impulsionado pela alfabetização espacial e por visitas técnicas. A gamificação revelou-se uma ferramenta eficaz de engajamento, culminando na apresentação autônoma do jogo pelos próprios jovens na feira de negócios Flumisul. Conclui-se que a educação turística, quando aliada a metodologias ativas, é um caminho promissor para construir uma hospitalidade genuína e capacitar a juventude a transitar de espectadora passiva a agente de transformação de sua própria comunidade, com orgulho e voz ativa.

Palavras-chave: Educação Turística. Protagonismo Juvenil. Pertencimento. Gamificação. Hospitalidade.

ABSTRACT

This work investigates the effectiveness of tourism education as a pedagogical tool to mitigate hostility and foster hospitality and local belonging among young people in communities with tourism potential. Based on the observation that youth, in both emerging and consolidated destinations, frequently perceive tourism as a threat, this study proposes an intervention to reframe this view. The methodology adopted is descriptive research in the form of an experience report, detailing the design and application of the "Turismo 360º" workshop and the giant board game "BM 360º" with participants of the Sesc Juventudes project in Barra Mansa, RJ. Grounded in Paulo Freire's Pedagogy of Autonomy and gamification, the intervention sought to provide a holistic view of the activity, allowing the youth to experience both the tourist's and the host's perspectives. The results demonstrate a significant reframing of the concept of tourism, which evolved from a purely recreational view to a systemic and civic understanding. An awakening of territorial appreciation was observed, driven by spatial literacy and technical visits. Gamification proved to be an effective engagement tool, culminating in the autonomous presentation of the game by the youth themselves at the Flumisul business fair. It is concluded that tourism education, when combined with active methodologies, is a promising path to build genuine hospitality and empower youth to transition from passive spectators to agents of transformation in their own community.

Keywords: Tourism Education. Youth Protagonism. Belonging. Gamification. Hospitality.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA 17
AGRADECIMENTOS 18
EPÍGRAFE 19
1 INTRODUÇÃO 13
2 TURISMO, HOSPITALIDADE E A RELAÇÃO COM A COMUNIDADE ANFITRIÃ 16
2.1 O que é o turismo? Da atividade econômica ao direito social 17
2.2 Hospitalidade 18
2.3 Pertencimento e inclusão - Resgate do orgulho local 19
2.4 Conflitos e Hostilidade 20
2.5 Consciência Turística: O Saber Receber como Valor Cidadão 20
3 EDUCAÇÃO TURÍSTICA E O PROTAGONISMO JUVENIL 22
3.1 Da Educação para o turismo à Educação Turística 22
3.2 A Pedagogia da autonomia: o jovem como construtor do saber 22
3.3 Gamificação e pedagogia: o lúdico como estratégia de engajamento 24
3.4 Políticas públicas do turismo e o desenvolvimento regional 25
4. METODOLOGIA: NATUREZA E ABORDAGEM DA PESQUISA 28
5. A REALIZAÇÃO DA OFICINA E O SURGIMENTO DO JOGO "BM 360º" 30
5.1 Os desafios da implementação: transposição didática e mediação de escopo 30
5.2 O planejamento inicial e a vivência prática: da sala de aula ao campo 31
5.3 O surgimento do jogo “BM 30º”: da ideia à materialização 35
5.4 O jogo como produto educacional: estruturas e mecânicas 35
5.5 Validação e protagonismo juvenil: da partida teste à Flumisul 37
6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: O IMPACTO DA EDUCAÇÃO TURÍSTICA 39
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS 42
REFERÊNCIAS 43
APÊNDICE A - Questionário Diagnóstico Inicial. 46
APÊNDICE B - Questionário de Avaliação Final 51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa mental "Jornada do Viajante": levantamento colaborativo do ecossistema turístico..... 32

Figura 2 - Imersão no mercado turístico: diálogo entre os participantes da oficina e a gestão empresarial da Vila St. Gallen (Teresópolis, RJ)..... 34

Figura 3 - A interface da gamificação: identidade visual desenvolvida para traduzir o ecossistema turístico local em mecânicas de jogo..... 36

Figura 4 - Aplicação do jogo e interação com a comunidade na feira Flumisul... 37

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa nasceu não de inquietações teóricas, mas da minha experiência empírica como profissional de turismo. A reflexão sobre a relação entre juventude e turismo foi motivada pela observação de um sentimento comum em duas realidades completamente opostas: a hostilidade à atividade turística.

O primeiro episódio ocorreu no distrito de Amparo, em Barra Mansa. Ao visitar uma cachoeira local — citada pela imprensa como uma das mais belas do estado, mas desconhecida pela maioria da população urbana[1] —, notei a completa ausência de sinalização. A visita só foi possível com a ajuda de um jovem morador, que me guiou até o local. Quando perguntei se ele gostaria que a cachoeira fosse desenvolvida para o turismo, sua resposta foi um enfático “não”, seguido da justificativa: “adoro vir aqui com meus amigos. Se os turistas chegarem, isso tudo vai ser destruído”.

O segundo episódio aconteceu em Paraty, um destino turístico já consolidado, conforme destaca a revista Forbes[2]. Durante uma roda de conversa no Festival Mutuá em 2023, um jovem de uma comunidade local afirmou que preferia “que a ponte que leva à comunidade continuasse quebrada a ter que receber os visitantes novamente”.

Essas duas falas, embora advindas de contextos distintos, revelaram um diagnóstico alarmante: tanto em locais onde o turismo é incipiente quanto naqueles onde ele é uma força econômica mundialmente reconhecida, a atividade é percebida como uma ameaça pela juventude[3]. Essa percepção distorcida revelou um hiato perigoso entre o território e seus habitantes, exigindo uma investigação urgente sobre o que os jovens realmente entendem por turismo.

---

[1] A matéria intitulada "Dez cachoeiras incríveis no estado do Rio", publicada pela revista Veja Rio, destaca as belezas naturais da região, incluindo o atrativo de Barra Mansa na seleção. Disponível em: https://vejario.abril.com.br/programe-se/dez-cachoeiras-incriveis-no-estado-do-rio/. Acesso em: jan. 2026.

[2] O ranking, divulgado em 2024 pela revista americana Forbes e repercutido pelo InfoMoney, coloca Paraty ao lado de destinos como Hallstatt (Áustria) e Shirakawa-go (Japão), consolidando sua vocação como destino de classe mundial. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/consumo/paraty-e-eleita-uma-das-50-vilas-mais-belas-do-mundo-em-ranking-da-forbes/. Acesso em: jan. 2026.

[3] Neste estudo, a "juventude" é compreendida para além de um mero recorte biológico ou etário (delimitado entre 13 e 29 anos pelo Estatuto da Juventude brasileiro). Trata-se de uma categoria sociológica plural e histórica (as "juventudes"), marcada por profundas transições, construção de identidades e pela constante busca por validação, direitos e espaços de pertencimento na sociedade.

Quando ampliamos o olhar para o cenário macro, a invisibilidade do potencial turístico local se mostra paradoxal e economicamente onerosa. A Região do Vale do Café, RJ, onde se insere o município de Barra Mansa, vive atualmente um momento de expansão. Dados de 2025/2026 indicam que o turismo fluminense cresceu 43,7%, movimentando cerca de R$ 10,6 bilhões[4], impulsionado por novas rotas de experiências imersivas e rurais. Enquanto vizinhos como Miguel Pereira e Conservatória consolidam-se com atrações como a Maria-Fumaça e o turismo de seresta, Barra Mansa historicamente priorizou sua vocação logística, mantendo-se à margem desse *boom* econômico regional. Essa dicotomia sustenta a pergunta central deste estudo: como a educação pode ressignificar o olhar da juventude sobre o turismo e contribuir para uma integração mais ampla do território?

No entanto, uma ruptura está prestes a ocorrer nesse cenário. Recentes projetos estruturantes, como a articulação para o retorno do transporte ferroviário de passageiros (como o Trem Turístico Barra Mansa - Angra) e o Trem de Alta Velocidade Rio-São Paulo[5], recolocam a cidade no mapa do fluxo de visitantes. A reflexão que se impõe é: a juventude de Barra Mansa estará preparada para protagonizar esse novo ciclo de desenvolvimento ou será apenas espectadora?

Utilizando-se da premissa da transversalidade e da construção do projeto de vida presentes na Base Nacional Comum Curricular[6] (BNCC), estruturou-se a oficina “Turismo 360º”. A nomenclatura do projeto reflete seu objetivo central: proporcionar ao jovem uma visão holística da atividade turística, permitindo que ele experimente tanto a

[4] Conforme levantamento da Panrotas e O Globo (dez. 2025), o crescimento foi impulsionado pela melhora da conectividade e novos produtos. A região aposta em Arranjos Produtivos Locais (APLs) de café, queijo e cachaça, consolidando o Vale do Café como polo de turismo rural e histórico.

[5] Refere-se à retomada estratégica da malha ferroviária. Em 2026, a ferrovia Sul Fluminense-Minas foi apontada como prioridade no novo plano federal de concessões (A VOZ DA CIDADE, 2026), somando-se aos avanços na reativação da linha turística até Angra dos Reis (O DIA, 2025). Paralelamente, o projeto do trem-bala (TAV) ganhou novo corpo e cronograma de execução visando 2028 (UOL, 2026).

[6] A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) é o documento normativo que define as aprendizagens essenciais no Brasil. Embora sua formulação sofra críticas na academia por seu viés estruturalmente padronizador, a consulta a este documento deu-se por um alinhamento estratégico e temático. A aproximação inicial do projeto com a rede formal de ensino ocorreu através de uma transposição didática: a analogia entre o 'planejamento de uma viagem' e o 'planejamento estratégico pessoal' dos jovens. Essa abordagem dialoga diretamente com a competência transversal de 'Projeto de Vida' exigida pela referida Base. Dessa forma, a BNCC foi utilizada não como uma amarra limitadora, mas como uma ponte tática para viabilizar a entrada da educação turística e do protagonismo juvenil nas escolas públicas.

posição de turista — que usufrui e se encanta — quanto a posição de comunidade receptora, que acolhe e preserva.

O objetivo geral deste trabalho é analisar a eficácia da oficina "Turismo 360º" e do jogo "BM 360º[7]" como estratégias pedagógicas para o fomento da hospitalidade e do pertencimento local em Barra Mansa, através da sistematização de uma experiência prática de educação turística.

Os objetivos específicos delineados para este estudo são: discutir as relações entre visitantes e visitados e a importância da educação turística para mitigar a hostilidade, à luz da literatura especializada; descrever o percurso metodológico de criação de uma intervenção educativa baseada na gamificação e na Pedagogia da Autonomia; analisar o jogo "BM 360º" como objeto técnico-pedagógico, identificando em suas mecânicas e narrativas os elementos de interpretação do patrimônio e valorização territorial; e, por fim, sistematizar as potencialidades e desafios da aplicação de metodologias ativas no ensino do turismo para as juventudes.

Cabe destacar que os resultados desta intervenção transcenderam a aplicação de uma metodologia tradicional de ensino. Como será demonstrado ao longo deste relato, a oficina culminou na cocriação do jogo de tabuleiro gigante 'BM 360º', uma tecnologia social que atesta, na prática, que a educação turística aliada ao protagonismo juvenil é capaz de converter a apatia histórica em um vigoroso sentimento de pertencimento e cidadania.

[7] O "BM 360º" é um jogo de tabuleiro em formato gigante (20m²) cocriado pelos participantes durante a oficina. A dinâmica gamificada traduz o patrimônio histórico, cultural e turístico de Barra Mansa em missões interativas, configurando-se como uma tecnologia social aplicada para a educação turística.

2 TURISMO, HOSPITALIDADE E A RELAÇÃO COM A COMUNIDADE ANFITRIÃ

Neste capítulo, apresentamos os conceitos fundamentais que embasam a discussão sobre a relação entre turismo e comunidade, explorando as tensões entre hospitalidade e hostilidade e o papel da educação como mediadora desses processos.

Para compreender as nuances que levam à aceitação ou à resistência dos moradores locais, é preciso transcender as explicações superficiais. A discussão inicia-se com a premissa do turismo como um direito fundamental, indo além da sua dimensão puramente comercial. Na sequência, resgata-se o conceito de hospitalidade em sua dimensão humana, examinando como o sentimento de pertencimento e o orgulho local constituem os pilares essenciais para o desenvolvimento de um turismo sustentável e harmonioso.

2.1 O que é o turismo? Da atividade econômica ao direito social

O turismo, em sua definição mais ampla, transcende a mera atividade econômica. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) o define como as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros. No entanto, essa visão técnica é complementada por uma dimensão social e humana. Boiteux e Werner (2013) destacam o turismo como um fenômeno de deslocamento que promove o intercâmbio cultural e a compreensão entre os povos, uma ponte entre mundos. Para os autores, a sustentação da atividade turística reside não apenas na infraestrutura, mas na complexa interação entre o visitante, o destino e a população receptora, configurando um sistema em que a hospitalidade se estabelece como elemento central.

No Brasil, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) avança ao tratar do Turismo Social, que visa proporcionar o acesso ao lazer e à viagem a segmentos da população com menor poder aquisitivo, reconhecendo o turismo como um direito social e um instrumento de inclusão. Essa perspectiva é fundamental para o presente trabalho, pois alinha o turismo a um propósito de desenvolvimento humano e não apenas de mercado. Uma visão contemporânea e inclusiva postula que o turismo deve ser compreendido, sobretudo, como um direito social. Nessa linha de raciocínio, a International Social

Tourism Organisation (ISTO) advoga pelo conceito de “Turismo para Todos[8]”, visando assegurar que grupos sociais como jovens, famílias de baixa renda e idosos tenham acesso ao lazer não meramente como consumidores, mas como cidadãos plenos, com o direito de explorar sua história e geografia.

Essa mudança de paradigma é defendida vigorosamente por Marutschka Moesch (2002). A autora critica a redução do turismo a uma mera ‘indústria’ ou atividade econômica, argumentando que essa visão simplista ignora a complexidade das relações humanas envolvidas. Para Moesch, o turismo deve ser compreendido como um fenômeno social orgânico, onde o encontro entre o ‘eu’ (anfitrião) e o ‘outro’ (visitante) gera subjetividades e transformações culturais que não podem ser mensuradas exclusivamente por cifras financeiras.

2.2 Hospitalidade

A hospitalidade é um conceito multifacetado que transita entre o mercado e as relações humanas. No contexto empresarial e de gestão, é frequentemente vista como ferramenta estratégica. Segundo o portal do Sebrae[9], “a arte de receber bem é considerada um traço cultural genuíno do povo brasileiro e um bem imaterial valioso para o turismo”, configurando-se como um grande diferencial competitivo, capaz de “transformar estranhos em conhecidos, amigos em melhores amigos”. Sob essa ótica, a hospitalidade exige que os profissionais da linha de frente - que podem ser os jovens da comunidade no futuro - sejam bem treinados e preparados para bem receber.

Entretanto, a hospitalidade não se resume a técnica de serviço. Ferro e Bastos (2024, p.2) definem como um “fenômeno humano” que permite a circulação de estranhos em espaços alheios sem hostilidade, funcionando como um “gesto de autorização por parte do anfitrião para o estranho transgredir os limites territoriais sem recorrer à violência”. A etimologia da palavra, que remonta a *hospes* e *hostis*, revela que a relação entre anfitrião e visitante carrega uma tensão latente, onde a linha entre

[8] A *International Social Tourism Organisation* (ISTO), fundada em 1963, define o "Turismo para Todos" como uma visão ideal que busca garantir o acesso ao lazer e às viagens para todos os segmentos da população (jovens, idosos, famílias de baixa renda e pessoas com deficiência), tratando o turismo como um direito social e uma ferramenta de inclusão. Para mais detalhes, consulte: https://isto.international/.

[9] De acordo com o portal do SEBRAE (2024), a hospitalidade brasileira é um ativo estratégico para o desenvolvimento do setor. Para mais detalhes sobre a hospitalidade como atrativo, veja: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/hospitalidade-como-atrativo-turistico.

acolher e hostilizar depende de uma negociação constante de poder (CAMARGO, 2004). Essa dualidade expõe a fragilidade do vínculo: o estranho que chega pode ser tanto o convidado a ser honrado quanto o invasor a ser combatido.

A hospitalidade é o pilar que sustenta a experiência turística. Camargo (2004) a define como o ato de acolher o outro, o estrangeiro, em um espaço privado ou público. Para o autor, a hospitalidade é uma relação social que envolve rituais de acolhimento e despedida, e que pode variar da generosidade à indiferença. Ferro e Bastos (2024) aprofundam essa noção, argumentando que a hospitalidade genuína exige um "reconhecimento mútuo de humanidade", superando a simples prestação de serviços e convidando à troca genuína.

Essa abordagem solidária, portanto, pressupõe que o anfitrião não seja apenas um prestador de serviços, mas um sujeito ativo que compartilha seu modo de vida com dignidade. Para que o turismo gere esse vínculo genuíno e não apenas lucro, é imperativo que a comunidade se reconheça no processo e se aproprie dele. Torna-se fundamental, então, discutir como o fortalecimento do sentimento de pertença atua como pré-requisito para a hospitalidade, pois sem o orgulho de habitar o próprio território, o acolhimento ao outro torna-se vazio e mecânico.

2.3 Pertencimento e inclusão - Resgate do orgulho local

Para que a hospitalidade, seja comercial ou solidária, ocorra de forma autêntica, a comunidade anfitriã precisa se sentir parte integrante do processo turístico. Mendes e Cavenaghi (2012) argumentam que o acolhimento depende do sentimento de pertencimento do morador. Se o anfitrião não se reconhece na cidade ou nas decisões sobre o turismo, ele não consegue exercer seu papel de acolhedor.

A sustentabilidade do destino está diretamente ligada à inclusão social. Moser *et al.* (2024, p. 1) destacam que "a inclusão das comunidades locais é essencial para garantir a preservação ambiental, a valorização cultural e a equidade social". Logo, compreende-se que, sem essa inclusão, corre-se o risco de descaracterização cultural e degradação dos recursos que sustentam a atividade.

Nesse sentido, o engajamento comunitário não pode ser passivo. Mendonça e Irving (2004, p. 12) criticam os modelos de gestão em que a população atua apenas como espectadora e defendem um novo paradigma centrado em "parceria, corresponsabilidade e participação". Para as autoras, a inserção dos atores sociais no

planejamento turístico é um “desafio-problema” que precisa ser superado para assegurar o progresso local sob a ótica das comunidades receptoras.

O sentimento de pertencimento é o que transforma um morador em um anfitrião. Quando a comunidade local se sente parte do desenvolvimento turístico e percebe os benefícios da atividade, ela tende a desenvolver uma postura mais acolhedora. O resgate do orgulho local, através da valorização da história, da cultura e do patrimônio, é um passo fundamental para a construção de uma hospitalidade autêntica (SEBRAE, 2026). É o sentir-se em casa, e querer que o outro também se sinta bem-vindo.

2.4 Conflitos e Hostilidade

Quando a comunidade não é ouvida e o turismo é imposto de forma vertical, surge a hostilidade. Apoiados em Camargo (2015), Ferro e Bastos (2024, p. 2) explicam que a relação entre anfitrião e hóspede tende a ser “inospitaleira, quando não hostil”, pois o estranho carrega elementos de incerteza. Mendes e Cavenaghi (2021) alertam que ignorar os reflexos sociais do turismo gera desgaste na relação com os residentes. Beares e Cabral (2014) demonstram que o estabelecimento de limites comunitários é uma etapa essencial para mitigar conflitos, como observado em comunidades que “exigem incisivamente respeito dos visitantes, deixando bem claras as suas regras”. É um muro que se ergue entre quem chega e quem já está, muitas vezes por falta de diálogo e reconhecimento mútuo, um muro que a educação pode ajudar a derrubar.

Estudos de caso demonstram que o estabelecimento de limites comunitários é uma etapa essencial para mitigar conflitos. Beares e Cabral (2008, p.38-39), ao analisarem a comunidade Guarani em Paraty, observaram que, muitas vezes como mecanismo de defesa frente a vivências predatórias, esses grupos “exigem incisivamente respeito dos visitantes, deixando bem claras as suas regras”. Esse posicionamento evidencia que a hospitalidade não é sinônimo de submissão; ela só se concretiza como uma troca respeitosa quando a comunidade impõe a sua autonomia para proteger o próprio território e a sua memória cultural.

2.5 Consciência Turística: O Saber Receber como Valor Cidadão

A consciência turística corresponde à compreensão, pela comunidade, da importância do turismo e do seu papel como anfitriã. Gadotti, Guimarães e Dropa (2003)

defendem que a educação turística é o caminho para desenvolver essa consciência, transformando o ato de receber em um valor de cidadania. Trata-se de um processo de sensibilização que prepara a comunidade para interagir positivamente com os visitantes, valorizando a própria cultura e gerando benefícios mútuos. É o despertar do valor que a casa representa e o desejo de compartilhá-lo com orgulho e responsabilidade, fio condutor de nossa experiência.

Como alertam Boiteux e Werner (2013), a simples existência de atrativos naturais exuberantes ou de um rico patrimônio histórico não é suficiente se a comunidade anfitriã não estiver devidamente sensibilizada para interagir de forma positiva com o visitante. O turismo, longe de ser uma relação estritamente comercial, é, em sua essência, um fenômeno de serviços e de experiências cuja dinâmica se sustenta principalmente nas relações interpessoais.

A consciência turística, por sua vez, vai além da qualificação profissional: segundo Beni (2008), ela se manifesta quando o cidadão adquire uma compreensão sistêmica da atividade turística, reconhecendo os benefícios diretos e indiretos que ela gera para a coletividade. Trata-se do entendimento de que o turismo não pode ser encarado como um “favor” concedido ao visitante, mas como uma engrenagem econômica e social que, quando bem articulada, revitaliza o espaço urbano e valoriza a cultura local. A ausência dessa consciência implica o risco de investir no “hardware” (infraestrutura, obras e equipamentos) e negligenciar o “software” (mentalidade e atitude da população).

Portanto, o despertar dessa consciência, especialmente entre a juventude, configura-se não apenas como estratégia de mercado, mas como ato de formação cidadã. É o plantio da ideia de que o cuidado com a cidade, voltado ao turista, reverte-se em última instância em cuidado com a qualidade de vida do morador. Contudo, essa transformação de mentalidade não ocorre por acaso; exige intencionalidade pedagógica. É nesse ponto que a Educação Turística emerge como instrumento transformador capaz de converter espectadores passivos em protagonistas engajados, tema que será aprofundado no capítulo subsequente.

3 EDUCAÇÃO TURÍSTICA E O PROTAGONISMO JUVENIL

Neste capítulo, mergulhamos em como a educação turística pode se tornar uma ferramenta poderosa para o protagonismo juvenil, utilizando estratégias como a gamificação e a sensibilização para engajar os jovens no desenvolvimento de suas próprias comunidades.

3.1 Da Educação para o turismo à Educação Turística

Fonseca Filho (2007) traça uma distinção importante entre a “educação para o turismo” (focada na formação de mão de obra para o setor) e a “educação turística” (voltada para a formação de cidadãos conscientes). Este trabalho se alinha firmemente à segunda perspectiva, que busca inserir o tema do turismo no currículo escolar de forma transversal, promovendo uma reflexão crítica e engajada sobre o fenômeno.

Entende-se aqui que a educação para o turismo possui um caráter finalístico e funcionalista. A preposição “para” indica que a educação serve a um fim específico: o desenvolvimento da atividade econômica. Nessa vertente, o foco recai sobre a qualificação técnica e a preparação da mão de obra para atender às demandas do mercado e do visitante. É uma abordagem necessária para a competitividade do destino, mas insuficiente para gerar transformação social profunda.

Em contrapartida, a Educação Turística é compreendida neste estudo como uma abordagem generalizada e humanista, voltada para a formação do cidadão. Nela, o turismo não é o fim, mas o meio, um tema transversal capaz de despertar o sentimento de pertencimento e a compreensão do território

3.2 A Pedagogia da autonomia: o jovem como construtor do saber

A sensibilização é o primeiro passo, e talvez o mais crucial, para a educação turística. Castro (2008) defende que ela deve começar pela valorização da identidade local, resgatando a história e a cultura da comunidade. É um processo que visa despertar o interesse e a curiosidade genuína dos jovens para o potencial turístico de seu próprio território, fazendo-os enxergar a riqueza que já possuem, e a beleza que muitas vezes passa despercebida no dia a dia.

Essa perspectiva dialoga diretamente com a Pedagogia da Autonomia de Freire (1996, p. 47) ao postular que “ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção”. Ao transpor o pensamento freireano para a educação turística, compreende-se que, antes de instruir o jovem tecnicamente para o receptivo de visitantes, é imperativo instrumentalizá-lo para que faça a "leitura" do seu território, reconhecendo o valor de sua identidade e do seu próprio lugar no mundo.

Freire (1989, p. 9) postula que “a leitura do mundo precede a leitura da palavra”. Ao transpor essa premissa para o contexto desta pesquisa, compreende-se que a educação turística deve estimular a juventude a decodificar o seu próprio território — reconhecendo sua identidade, suas potencialidades e suas contradições socioespaciais —, antes de ser submetida à mera instrumentalização técnica exigida pelo mercado turístico.

Portanto, enquanto a educação para o turismo foca na eficiência do serviço, o saber fazer, a educação turística foca na consciência crítica do sujeito, o saber ser. Castro (2008) corrobora essa visão ao afirmar que a educação não pode estar focada apenas na qualificação profissional, mas deve atuar na preservação da identidade e na dignidade do indivíduo. É nessa interseção, onde a conscientização precede a profissionalização, que reside o verdadeiro potencial do protagonismo juvenil.

Para engajar a juventude, a educação turística exige metodologias ativas, como a interpretação do patrimônio, que extrapolem a mera transmissão de conteúdo. A interpretação não é apenas informar sobre um monumento, mas traduzir o significado daquele bem para a vida contemporânea do jovem. Como concluem Gadotti, Guimarães e Dropa (2003, p. 10), o grande objetivo desse processo é “educar a comunidade para entender o turismo, entender o que ela possui e produziu [...], saber receber o turista e estar ciente de sua potencialidade e limites”. Dessa forma, quando o jovem compreende e valoriza o próprio território, ele deixa de ser um mero espectador e torna-se um guardião e um anfitrião natural.

Em estudo sobre a inserção do turismo na educação básica, Fonseca Filho (2007, p. 164) constatou o impacto positivo da disciplina a partir dos relatos dos próprios estudantes. Ao avaliar as contribuições do ensino do turismo, os alunos relataram que a prática permitiu que eles tivessem “mais conhecimentos e entendam melhor sobre a nossa cultura e a história da nossa cidade". A partir dessa evidência, compreende-se que a apropriação desse conhecimento atua como uma ferramenta de empoderamento,

pois o jovem que domina sua história desenvolve maior capacidade argumentativa para defendê-la e valorizá-la.

Nesse processo, o jovem deixa de ser um espectador passivo do turismo para assumir o protagonismo. Ao analisar o viés educativo da atividade turística, Castro (2008, p. 1) ressalta que a troca de experiências entre o visitante e o morador, quando mediada pela valorização da cultura local, configura-se como uma “possibilidade de enriquecimento do indivíduo e da sociedade”. Ao transpor essa premissa para o recorte geracional desta pesquisa, compreende-se que o protagonismo juvenil surge, então, quando esses jovens são capacitados a se apropriarem desse enriquecimento, narrando suas próprias histórias, guiando experiências e influenciando a forma como sua comunidade é apresentada ao mundo.

Essa abordagem participativa é essencial para a sustentabilidade. Como alertam Mendonça e Irving (2004), modelos de desenvolvimento onde a comunidade não participa das decisões estão fadados ao conflito. Ao contrário, fomentar o protagonismo juvenil através da educação cria uma base sólida de parceria e corresponsabilidade, onde o turismo cresce junto com a comunidade, e não às custas dela.

3.3 Gamificação e pedagogia: o lúdico como estratégia de engajamento

Após o processo de sensibilização, a consolidação da Educação Turística como ferramenta de formação cidadã exige a adoção de metodologias ativas que sejam compatíveis com a linguagem e os interesses da juventude. Neste contexto, a gamificação emerge como uma estratégia pedagógica de alto potencial para o engajamento e o fomento do protagonismo juvenil. Kapp (2012) define gamificação como o uso de elementos de jogos e técnicas de design de jogos em contextos não relacionados a jogos. Seu objetivo é motivar e engajar os participantes, estimulando a resolução de problemas e a colaboração (WERBACH; HUNTER, 2012). É como convidar para uma brincadeira séria, onde o aprendizado acontece quase sem perceber.

Ao invés de apenas receberem informações passivamente, os jovens são convidados a participar de "missões" ou "desafios" que exigem a exploração ativa do patrimônio local, a interação com a comunidade e a resolução de problemas reais relacionados ao turismo sustentável. Essa metodologia estimula o protagonismo juvenil

ao conferir aos participantes um papel ativo (o de "herói" ou "explorador") na narrativa do desenvolvimento local.

Portanto, a gamificação atua como uma ponte entre o conhecimento teórico e a prática cidadã. Ela não apenas torna o aprendizado mais atraente, mas também capacita os jovens a se tornarem agentes de transformação, utilizando a linguagem do jogo para promover a conscientização e a cocriação de experiências turísticas mais ricas e responsáveis.

3.4 Políticas públicas do turismo e o desenvolvimento regional

O desenvolvimento do turismo regional depende de políticas públicas integradas. O Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2013) e a Estratégia Turismo 2027 de Portugal (TURISMO DE PORTUGAL, 2017) são exemplos de como o planejamento estratégico pode fortalecer os destinos e promover um desenvolvimento mais equilibrado, transformando o planejamento em ação concreta, e não apenas em um documento guardado na gaveta. No entanto, Beni (2008) alerta que essa governança muitas vezes falha porque a comunidade não foi educada para participar. Sem o que o autor denomina 'consciência turística' — o entendimento sistêmico dos benefícios da atividade —, os conselhos se tornam esvaziados ou dominados apenas por empresários, ignorando a visão do morador.

No cenário internacional, Barcelona[10] se tornou um estudo de caso importante sobre a necessidade de políticas públicas voltadas para o residente. Após anos de crescimento desordenado que gerou forte hostilidade, a cidade implementou o “Plano Estratégico de Turismo 2020”, que mudou o foco da gestão, em vez de atrair turistas, o objetivo passou a ser gerir a cidade para seus habitantes. O plano inclui ações educativas e de desconcentração territorial, provando que a gestão pública deve priorizar a qualidade de vida do anfitrião para manter a sustentabilidade do turismo.

Outro exemplo relevante é a estratégia do turismo de Portugal[11], que consolidou a rede “Escola de Turismo de Portugal”, focado não apenas na técnica hoteleira, mas

[10] O documento oficial, intitulado "Strategic Tourism Plan 2020", marcou a mudança de paradigma na gestão da cidade, substituindo a promoção do destino pela governança sustentável. O plano estabeleceu como prioridade a qualidade de vida dos cidadãos e a redução das externalidades negativas do turismo. Disponível em: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/en. Acesso em: jan. 2026.

[11] A iniciativa integra a "Estratégia Turismo 2027" (ET27), política pública que definiu as "Pessoas" como um dos ativos estratégicos do país. Através de programas como o "Formação +

na valorização do território e da hospitalidade como ativos nacionais. Isso demonstra que países desenvolvidos turisticamente entendem a educação como uma política de Estado.

Portanto, projetos de intervenção local - como oficinas de sensibilização para jovens - não apenas cumprem a função pedagógica, mas atende uma das lacunas das políticas públicas nacionais, a operacionalização da educação turística na ponta. Ao capacitar jovens para serem protagonistas, se materializa o objetivo do desenvolvimento regional sustentável, onde o crescimento econômico caminha junto com a valorização do capital humano local.

No Brasil, diversas iniciativas de educação turística com jovens têm gerado resultados positivos. O projeto de formação de jovens guias turísticos em São José, SC (SÃO JOSÉ, 2025) e as experiências de turismo de base comunitária no Ceará, como a Rede Tucum (CORIOLANO, 2009), demonstram o potencial do protagonismo juvenil para o fortalecimento do turismo local. São exemplos que acendem a esperança e mostram o caminho.

Um exemplo emblemático de alinhamento entre educação formal e turismo ocorre no município de São José - SC, através do projeto “Jovens Guias: Turismo, História e Cidadania[12]”. Nesta iniciativa, alunos da rede pública não apenas estudam a história local em sala de aula, mas assumem o papel de intérpretes do patrimônio, guiando moradores e visitantes pelo Centro Histórico. O projeto materializa o conceito de “leitura do mundo” defendida por Freire, pois o jovem deixa de ser um aluno passivo para se tornar um agente cultural ativo, fortalecendo seu senso de pertencimento e autoestima.

Na perspectiva do Turismo de Base Comunitária TBC, destaca-se a atuação da juventude da Rede Tucum[13], no Ceará. Segundo Coriolano (2009), em comunidades

---

Próxima", a rede de 12 escolas atua diretamente nos municípios para capacitar a comunidade local na "arte da hospitalidade", indo além do ensino técnico tradicional.

[12] O projeto, lançado oficialmente em setembro de 2025 pela Prefeitura de São José (SC), capacitou estudantes da rede municipal (como os da Escola Básica Francisco Tolentino) para atuarem como anfitriões no Centro Histórico. Segundo os relatórios da Secretaria de Cultura e Turismo, a iniciativa visa formar "embaixadores da cultura josefense", integrando o currículo escolar à prática de guiamento turístico.

[13] A Rede Tucum (Rede Cearense de Turismo Comunitário) é uma iniciativa pioneira no Ceará que conecta comunidades tradicionais costeiras, indígenas, quilombolas e assentamentos rurais para oferecer um turismo sustentável, autogestionado e base comunitária. Disponível em: https://agenciaeconordeste.com.br/sustentabilidade/ceara-berco-do-turismo-de-base-comunitaria-no-brasil-fortalece-aprendizados-em-rede Acesso em: jan.2026

como a Praia do Canto Verde, os jovens participam da gestão do turismo, atuando na preservação da cultura pesqueira e na condução de visitantes. Diferente do turismo de massa, ali o jovem é protagonista da sua própria narrativa, resistindo à especulação imobiliária e valorizando o modo de vida tradicional como principal atrativo. Este caso corrobora a visão de Carlos et al. sobre a “hospitalidade solidária”, onde o vínculo humano prevalece sobre a relação comercial.

Outra experiência relevante é o projeto “Jovem Monitor de Turismo[14]”, em Salvador BA, focado na inclusão social de jovens em vulnerabilidade. Ao capacitá-los para atuar em Centros de Atendimento ao Turista (CATs), o projeto não apenas oferece uma primeira oportunidade profissional, mas ressignifica a relação desses jovens com a cidade, transformando-os em anfitriões qualificados em um dos maiores destinos turísticos do país.

Essas iniciativas demonstram que, quando estimulado através de metodologia ativas e participativas, o jovem assume com competência o papel de guardião de sua identidade. Elas servem de base empírica para a proposta deste trabalho, confirmando que a educação turística é um caminho seguro para mitigar a hostilidade e fomentar uma hospitalidade genuína e sustentável.

[14] O projeto, desenvolvido pela organização Parque Social em parceria com a Prefeitura de Salvador, seleciona jovens da rede pública de ensino para uma formação que une turismo, cultura e cidadania. Além da capacitação técnica para o receptivo, a iniciativa foca no fortalecimento da autoestima e no reconhecimento do jovem como agente promotor de sua própria cidade. Disponível em: https://www.parquesocial.org.br/projetos/projeto-jovem-monitor-de-turismo/. Acesso em: jan. 2026.

4. METODOLOGIA: NATUREZA E ABORDAGEM DA PESQUISA

O estudo baseia-se em uma abordagem qualitativa, caracterizada como pesquisa descritiva na modalidade de relato de experiência. Essa escolha justifica-se pela pertinência de analisar uma intervenção prática, permitindo a reflexão crítica sobre os processos, os desafios e as potencialidades da ação educativa no campo do turismo. Embora a intervenção original não tenha sido concebida estritamente como um projeto de pesquisa formal prévio, a riqueza de seus resultados motivou a sistematização acadêmica. Dessa forma, a documentação vincula a experiência concreta ao conhecimento científico, possibilitando sua transferibilidade para contextos análogos.

A metodologia adotada assegura o foco analítico sobre a intervenção. Para além da mera descrição da experiência vivida, busca-se avaliar criticamente a eficácia da ação em fomentar a hospitalidade e o sentido de pertencimento local. A opção pelo relato de experiência exige, portanto, rigor reflexivo, confrontando o referencial teórico estabelecido no Capítulo 2 com a realidade empírica apresentada ao longo deste trabalho.

A experiência relatada ocorreu entre os meses de junho e outubro de 2025 na unidade do Sesc em Barra Mansa, inserida na região turística do Vale do Café. A delimitação do campo de estudo deu-se por conveniência, em virtude do vínculo profissional da autora como Analista de Turismo na instituição. A ação envolveu um grupo de 10 jovens residentes no município, com idades entre 13 e 29 anos. A coleta de dados ocorreu mediante observação direta, sustentada por registros em diário de campo e documentação fotográfica ao longo das atividades.

Adicionalmente, como principal instrumento de validação empírica, foram aplicados formulários estruturados via plataforma *Google Forms*, divididos em dois momentos: um questionário diagnóstico inicial (Apêndice A) e uma avaliação final de aprendizagem (Apêndice B). Para a análise dos resultados, os dados recolhidos nestes instrumentos foram tabulados de forma qualitativa. Optou-se por um agrupamento semântico das respostas, categorizando as percepções dos participantes em dois eixos: a visão prévia sobre o município e a ressignificação do território após a aplicação do jogo "BM 360º". Este tratamento dos dados visou, estritamente, aferir a eficácia da ferramenta lúdica e o grau de assimilação dos conceitos de hospitalidade, garantindo o anonimato dos jovens, uma vez que o foco central do relato é a validação da tecnologia social.

Com os procedimentos metodológicos delineados, os instrumentos de coleta validados e a base teórica estruturada, o percurso investigativo avançou para a sua fase empírica. O capítulo a seguir detalha exatamente essa transição da teoria para a práxis, descrevendo passo a passo a realização da oficina e a efervescência criativa que culminou no surgimento do jogo "BM 360º".

5. A REALIZAÇÃO DA OFICINA E O SURGIMENTO DO JOGO "BM 360º"

Este capítulo detalha o percurso da oficina "Turismo 360º", desde sua concepção inicial até o momento em que a intervenção pedagógica se transformou, de forma orgânica e colaborativa, na criação do produto educacional "BM 360º". A narrativa busca evidenciar o protagonismo dos jovens e a adoção de metodologias ativas, consolidando a transição da teoria para a práxis transformadora no território.

5.1 Os desafios da implementação: transposição didática e mediação de escopo

Para compreender a magnitude dos resultados desta intervenção, é imperativo contextualizar a realidade dos sujeitos envolvidos. Historicamente, parte da juventude que acessa espaços de educação não formal, como o Sesc+ Juventudes, carrega a marca da invisibilidade. São, em grande medida, jovens 'sem voz', silenciados por diferentes motivos: vulnerabilidades socioeconômicas, descrença nas instituições ou a simples ausência de espaços de escuta qualificada. Ao chegarem à oficina, é comum apresentarem uma postura de distanciamento e apatia em relação ao próprio município. Neste contexto, o desafio pedagógico transcendeu o ensino de conceitos de turismo; tratou-se de um resgate da cidadania ativa. O turismo operou como um fio condutor para que esses jovens percebessem que têm o direito de pertencer, de opinar e de intervir ativamente nas narrativas e na construção do seu próprio território.

A execução da oficina "Turismo 360º" exigiu a superação de complexos desafios pedagógicos e logísticos. O primeiro grande obstáculo decorreu da própria premissa institucional do programa Sesc+ Juventudes, que agrega um público com ampla disparidade etária e cognitiva (dos 13 aos 29 anos). A mediação exigiu um rigoroso exercício de transposição didática para garantir que a linguagem fosse perfeitamente acessível a um adolescente do ensino fundamental, sem deixar de ser intelectualmente atrativa para os participantes universitários e já graduados. Manter o foco do grupo diante da pluralidade de perfis e da vasta diversidade de assuntos exigiu intervenções constantes para evitar a dispersão.

A análise do formulário diagnóstico evidenciou uma demanda latente por pertencimento. Ao ingressarem no projeto, o anseio por reconexão territorial era claro, com participantes manifestando o desejo direto de conhecer mais sobre Barra Mansa,

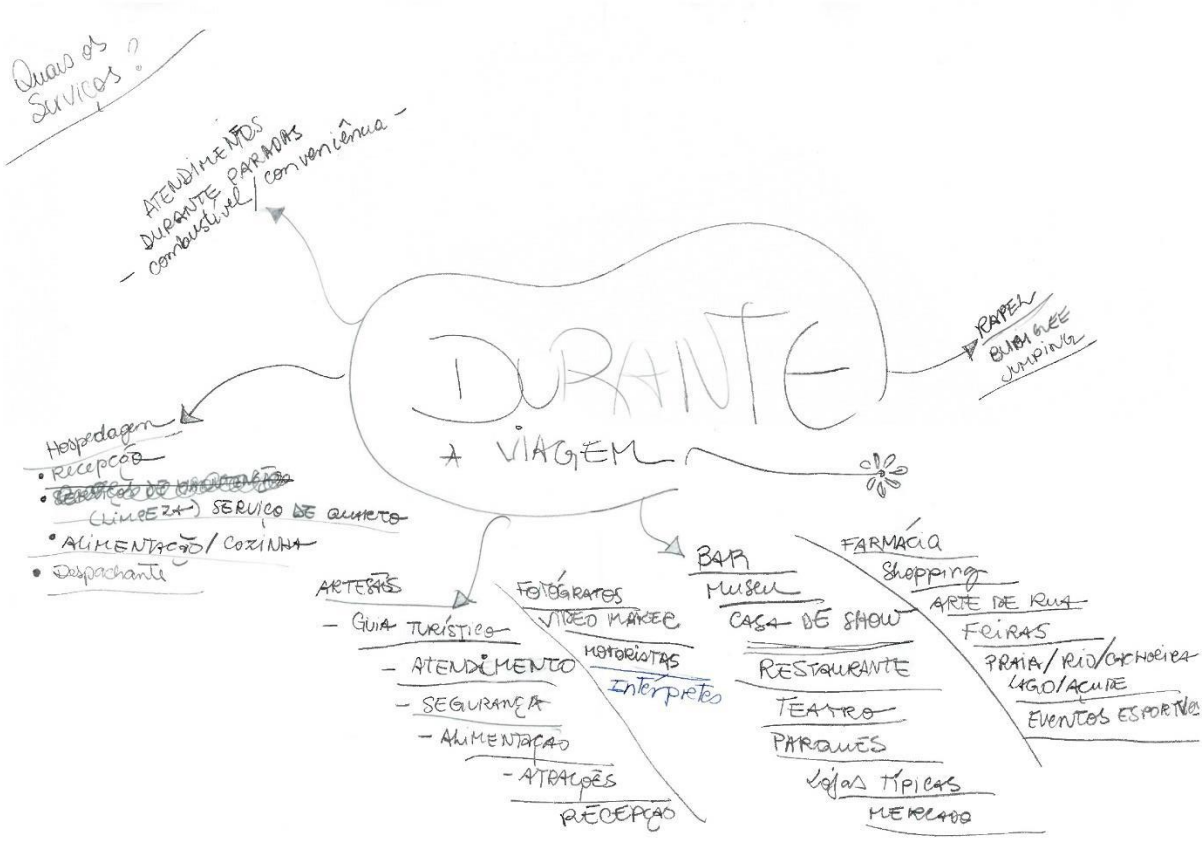
suas histórias locais, centros culturais e paisagens. Havia também a busca por uma visão técnica, com o interesse de compreender profissionalmente como fazer e promover o turismo de forma estratégica na região.

5.2 O planejamento inicial e a vivência prática: da sala de aula ao campo

A oficina "Turismo 360º" foi concebida com o objetivo de proporcionar aos jovens de Barra Mansa uma visão holística e sistêmica do fenômeno turístico. Em consonância com Beni (1998), que compreende o turismo muito além de sua matriz econômica, o projeto buscou explorar o potencial da atividade como ferramenta de desenvolvimento local e inclusão socioprodutiva. O plano inicial previa encontros no Sesc Barra Mansa, utilizando rodas de conversa, *brainstorming* e Turismo Pedagógico, com o objetivo de apresentar o turismo em toda sua complexidade, das transformações econômicas às sociais e ambientais, além de visitas técnicas, uma forma de vivenciar a atividade também com os olhos de turista, visando sensibilizar os participantes para a importância do turismo e as oportunidades que ele poderia gerar, divididos em três módulos centrais: · Módulo 1: Desmistificação do Turismo (Da Atividade Econômica ao Direito Social). · Módulo 2: Identidade e Território (O Patrimônio de Barra Mansa e o Sentimento de Pertencimento). · Módulo 3: Hospitalidade e Consciência Turística (O Saber Receber como Valor Cidadão).

A primeira ruptura epistemológica ocorreu com a "Jornada do Viajante". Ao mapearem as engrenagens de uma viagem, os jovens identificaram uma teia complexa de serviços e profissionais. Essa percepção desconstruiu a visão elitista do setor, revelando um ecossistema produtivo democrático. Eles listaram, com surpresa e entusiasmo, profissionais e setores que antes não associavam ao turismo: · Apoio Logístico e de Segurança: Motoristas, despachantes, frentistas de postos de combustível e atendentes de conveniência; · Serviços de Hospitalidade: Equipes de limpeza, recepção, cozinha e serviço de quarto; · Economia Criativa e Suporte: Fotógrafos, videomakers, intérpretes e artesãos; · Comércio e Serviços Locais: Farmácias, mercados, lojas típicas e shoppings; · Lazer e Entretenimento: Desde o monitor de rapel e *bungee jumping* até o artista de rua, o feirante e o funcionário do museu ou teatro. Todo esse ecossistema colaborativo e multifacetado, mapeado de forma orgânica pelo grupo, pode ser visualizado na Figura 1, a seguir:

Figura 1 - Mapa mental "Jornada do Viajante": levantamento colaborativo do ecossistema turístico.



Fonte: Elaborado pelos participantes da Oficina Turismo 360º

Com o olhar calibrado, a caminhada de reconhecimento pelo centro histórico operou como um exercício de alfabetização territorial. Através de um olhar turístico estimulado pelas discussões prévias, os jovens foram desafiados a identificar, em seu cotidiano, elementos que pudessem ser considerados atrativos turísticos. O que antes era percebido como "nada para fazer" na cidade, começou a ser ressignificado. Elementos cotidianos — um deque no rio, brasões arquitetônicos ou a beleza de um grafite — foram reavaliados. Quando os próprios participantes começaram a listar espontaneamente mais de vinte pontos de interesse durante o trajeto, evidenciou-se que o "vazio" em relação à cidade havia sido preenchido por conhecimento. Essa redescoberta do território gerou um forte sentimento de pertencimento e os jovens deixaram de ser espectadores da história para se portarem como guardiões dela, expressando a vontade de "fazer algo" para que outros também pudessem ver a cidade com esses "novos olhos".

A partir do desejo dos jovens de replicar a experiência da caminhada e de compartilhar o conhecimento recém-adquirido, a oficina tomou um novo rumo. A menção da mediadora sobre a gamificação como estratégia de engajamento encontrou campo fértil dentro da familiaridade do grupo com o universo dos jogos. A decisão de criar um jogo sobre Barra Mansa partiu dos próprios participantes, marcando a transição definitiva de uma postura de aprendizes para a de protagonistas da ação.

Cabe ressaltar que a vivência prática e a cocriação do jogo trouxeram à tona dinâmicas interacionais complexas, inerentes à acentuada assimetria etária do grupo. Ao contrário de um cenário de disputa por protagonismo, as relações de poder na oficina estabeleceram-se de forma colaborativa. Observou-se um notável acolhimento por parte dos participantes adultos e universitários em relação aos adolescentes do ensino fundamental. O conflito, neste ambiente, não se deu no campo interpessoal, mas no campo das ideias: os mais novos frequentemente propunham missões e conceitos arrojados, altamente criativos e por vezes mirabolantes. Diante disso, os mais velhos exerciam um papel orgânico de mentoria — pontuado, ocasionalmente, por uma leve impaciência inerente à diferença geracional, mas sempre administrada com gentileza —, conduzindo e ancorando as expectativas juvenis à realidade material. Para a educadora, essa dinâmica configurou o seu maior desafio de mediação: adequar a efervescência imaginativa à exequibilidade prática do tabuleiro, garantindo a viabilidade do projeto sem, contudo, cercear a criatividade ou desestimular as ideias originais do grupo. Essa negociação cognitiva foi o motor que garantiu a inovação do "BM 360º".

Para consolidar essa práxis, a intervenção recorreu ao Turismo Pedagógico em etapas de campo. A participação na ABAV Expo e na Rio Innovation Week (RIW) inseriu o grupo na vanguarda do *trade* turístico, onde o contato com a inovação tecnológica validou a escolha da linguagem lúdica para o projeto. Em seguida, a excursão técnica ao Hotel Sesc Alpina (Teresópolis) promoveu o exercício da alteridade. Ao vivenciarem a condição de turistas, os jovens internalizaram a diferença entre a prestação de serviços e o "gesto de autorização" (FERRO; BASTOS, 2024) inerente à hospitalidade genuína, projetando, como anfitriões em potencial, o acolhimento desejável para sua própria cidade. Para conferir rigor técnico à visita, o grupo realizou pesquisas prévias sobre os atrativos e elaborou roteiros de entrevistas com os gestores locais. A imersão abrangeu diversas facetas do sistema turístico: · Gestão de Hospitalidade: Diálogo com os coordenadores do Hotel Sesc Alpina sobre os bastidores da operação hoteleira; · Turismo Gastronômico e de Experiência: Visita ao complexo Villa St. Gallen; · Turismo

em Áreas Naturais: Imersão no Parque Nacional da Serra dos Órgãos (PARNASO); · Turismo Rural e Empreendedorismo: Visita à produção artesanal "Doçuras da Suely". Os registros dessas imersões práticas no mercado e o intercâmbio com a gestão empresarial estão ilustrados na Figura 2.

Figura 2 - Imersão no mercado turístico: diálogo entre os participantes da oficina e a gestão empresarial da Vila St. Gallen (Teresópolis, RJ).



Fonte: Acervo da autora (2025)

Todos os locais foram informados previamente, garantindo que as visitas não fossem apenas contemplativas, mas momentos de intercâmbio profissional. Essa vivência direta serviu como um "espelho reflexivo": ao serem bem recebidos, os jovens puderam projetar como Barra Mansa deveria acolher seus próprios visitantes. Além disso, observou-se a necessidade de lapidar a postura inicial descontraída dos participantes, adequando-a às exigências de profissionalismo e hospitalidade que os espaços corporativos de turismo demandam.

Essas etapas de campo garantiram que a oficina "Turismo 360º" operasse em uma via de mão dupla: os participantes aprenderam a receber (através da criação do jogo) e a serem recebidos (através das visitas técnicas). Este movimento fechou o ciclo da hospitalidade e do pertencimento, ampliando a visão dos jovens para o turismo não apenas como um fenômeno abstrato, mas como uma oportunidade real de desenvolvimento de talentos, qualificação profissional e empreendedorismo em seu próprio território.

5.3 O surgimento do jogo “BM 30º”: da ideia à materialização

Inspirados pelas vivências de campo, a menção da mediadora sobre a gamificação como estratégia de engajamento encontrou campo fértil dentro da familiaridade do grupo com o universo dos jogos. Este momento assinala a transição de objetos de ensino para sujeitos de sua própria aprendizagem, um movimento essencial da Pedagogia da Autonomia (FREIRE, 1996). O processo criativo colaborativo estruturou-se em três etapas:

1. **Pesquisa e Curadoria de Conteúdo:** O grupo assumiu a investigação histórica dos atrativos locais, selecionando dados para compor as cartas-missão, exercendo curadoria crítica sobre sua própria cultura.
2. **Design de Jogabilidade:** A mecânica traduziu problemáticas urbanas em regras. A dinâmica da linha férrea — avanço condicionado ao uso da passarela ou penalidade ao parar na linha — ilustra a capacidade de transformar a prevenção de acidentes em um elemento pedagógico ativo.
3. **Identidade Visual e Materialização:** A concepção de um tabuleiro em grande escala (5x4 metros) rompeu com a passividade física, inserindo o corpo do jogador como peão e intensificando a experiência cinestésica.

A mediadora atuou estritamente como facilitadora metodológica. O escopo final do "BM 360º" é a materialização do capital cultural dos jovens.

5.4 O jogo como produto educacional: estruturas e mecânicas

O "BM 360º" consolida-se como um artefato de Aprendizagem Baseada em Jogos, utilizando mecânicas de engajamento para fins educativos (KAPP, 2012). Suas especificações técnicas compreendem:

- **Nome:** BM 360º - Uma Jornada pela História de Barra Mansa.
- **Tipo:** Jogo de tabuleiro gigante, colaborativo e não-competitivo.
- **Objetivo Pedagógico:** Fomento da educação patrimonial e do pertencimento.
- **Componentes:** Lona impressa (20m²), dado gigante e cartas-missão.

- **Regras e Restrições:** As regras definem os limites da ação. No "BM 360º", as restrições pedagógicas (como ficar uma rodada sem jogar na linha do trem) servem para gerar reflexão sobre o comportamento real no espaço urbano.
- **Imersão:** O tabuleiro gigante transforma o jogador no próprio "peão". Ao caminhar sobre a lona de 20m², o jovem experimenta uma escala diferente de interação com o mapa da cidade, reforçando a sensação de que ele é o protagonista daquela jornada territorial.

Figura 3 - A interface da gamificação: identidade visual desenvolvida para traduzir o ecossistema turístico local em mecânicas de jogo.



Fonte: Arte elaborada colaborativamente pelos participantes da oficina (2025).

A estrutura do jogo fundamenta-se na criação de um "círculo mágico" (HUIZINGA, 2000), um espaço seguro onde as regras suspendem a realidade ordinária

para facilitar a imersão e a retenção de conhecimento. O sistema operante sustenta-se em:

- **Desafios e Narrativa:** A ausência de condição de "derrota" redireciona o foco cognitivo para a aquisição de saber sobre o território.
- **Mecânicas de Recompensa:** A gratificação intrínseca (a descoberta do lugar) alia-se à extrínseca (avanço territorial no tabuleiro) para reforçar comportamentos seguros e cívicos.
- **Reconhecimento:** A titulação final de "Exploradores de Barra Mansa" atua como validadores sociais do aprendizado.

Dessa forma, o jogo "BM 360°“ deixa de ser apenas um passatempo para se tornar um dispositivo de interpretação do patrimônio, onde a gamificação serve como a ponte entre o dado histórico e a experiência viva e engajada do jovem com sua cidade.

5.5 Validação e protagonismo juvenil: da partida teste à Flumisul

A partida teste confirmou a viabilidade heurística do jogo. A dinâmica suscitou "cliques de aprendizado", evidenciados pelo reconhecimento entusiasmado de informações pesquisadas pelos próprios participantes. Mais do que a eficácia do produto, este momento revelou a gênese de uma comunidade de prática, com os jovens demandando a continuidade dos encontros para além do cronograma original.

Figura 4 - Aplicação do jogo e interação com a comunidade na feira Flumisul.



Fonte: Acervo da autora (2025).

O coroamento da intervenção deu-se na Flumisul. A exposição do jogo em uma feira de negócios representou a ruptura com os muros institucionais. Ao conduzirem autoridades e empresários pelo tabuleiro, os jovens não apenas socializaram o conhecimento, mas exerceram cidadania ativa. A experiência comprova que a Educação Turística, quando atrelada a metodologias lúdicas e espaços de validação social, é um poderoso instrumento para converter juventudes locais em agentes estratégicos do desenvolvimento turístico regional.

O feedback colhido ao final da atividade foi unânime em validar o caráter lúdico e a eficácia pedagógica da ferramenta. Contudo, o resultado mais impactante da intervenção não foi apenas o produto final (o jogo "BM 360º"), mas a continuidade orgânica do processo. A solicitação dos jovens para que os encontros prosseguissem — mesmo que apenas para "papear sobre turismo" — demonstrou a criação de uma verdadeira comunidade de interesse. Esse desdobramento transcendeu o objetivo inicial da oficina, revelando o potencial transformador da experiência em converter espectadores passivos em protagonistas apaixonados por seu território.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: O IMPACTO DA EDUCAÇÃO TURÍSTICA

A análise dos resultados fundamenta-se na comparação entre o diagnóstico inicial e as percepções finais do público-alvo da oficina, evidenciando a eficácia pedagógica da "Turismo 360º" e do jogo "BM 360º" como instrumentos de transformação social e fomento ao pertencimento. Cabe ressaltar que os dados aqui apresentados derivam de uma avaliação de aprendizagem continuada e anônima, refletindo a reação dos jovens à ferramenta educacional aplicada.

A mudança mais significativa observada foi a transição de uma visão puramente recreativa para uma visão sistêmica e humanista do turismo. A transposição didática modificou a percepção básica dos jovens. Enquanto no diagnóstico inicial a palavra "turismo" remetia quase exclusivamente a "férias" e viagens de lazer, o formulário de avaliação final revelou uma ressignificação profunda. Como descreveu uma das participantes: *"Muda o jeito de se ver, agora a palavra turismo tem um significado a mais como ensino, criatividade, conhecimentos e não mais viagem"* (Apêndice B).

A expansão dessa consciência foi corroborada por outra jovem, que destacou o impacto prático da oficina e das visitas técnicas. Ela afirmou que sua compreensão se tornou muito mais ampla ao perceber que diversos setores e atividades econômicas são movimentados pelo turismo, indo muito além dos pontos turísticos tradicionais. A consolidação do aprendizado refletiu-se na compreensão das engrenagens do setor, permitindo que eles notassem a existência de *"pessoas e processos que vão além do Guia de Turismo"*, com impactos vitais para a movimentação econômica em cidades do interior.

Essa evolução corrobora a tese de Moesch (2002), discutida no Capítulo 2, de que o turismo deve ser compreendido como um fenômeno social orgânico. Um dos objetivos centrais deste trabalho era mitigar a hostilidade através do conhecimento, e os resultados mostram que o contato com a história local e as saídas a campo foram os catalisadores desse processo, conforme demonstrado no Quadro 1, que sistematiza as percepções iniciais e finais do grupo:

Quadro 1 - Comparativo de percepções dos participantes: diagnóstico inicial vs. pós-intervenção.

PERCEPÇÃO INICIAL (DIAGNÓSTICO)	PERCEPÇÃO FINAL (PÓS-INTERVENÇÃO)	IMPACTO OBSERVADO
DESEJO DE "CONHECER MAIS SOBRE BARRA MANSA E REGIÃO".	"Aprendi sobre a minha cidade, a dimensão que o turismo tem".	Conversão da curiosidade em conhecimento efetivo sobre o território.
VISÃO DO TURISMO COMO "NEGÓCIO" OU "FÉRIAS".	Compreensão do turismo como ferramenta de "valorização cultural e histórica".	Fortalecimento do sentimento de pertencimento local.
MEDO DE IMPACTOS NEGATIVOS POR "FALTA DE GESTÃO".	Entendimento do turismo sustentável como "equilíbrio entre lazer, cultura e economia".	Desenvolvimento de uma Consciência Turística crítica.

Fonte: Elaborada pela autora, com base nos dados de avaliação pedagógica (2026).

A análise comparativa apresentada no Quadro 1 evidencia uma transição paradigmática fundamental na percepção do grupo: o deslocamento de uma visão passiva e utilitarista do turismo para uma postura ativa e crítica. Enquanto o diagnóstico inicial revelava uma curiosidade latente, porém limitada pela invisibilidade do patrimônio local, os resultados pós-intervenção demonstram que a apropriação do conhecimento histórico converteu essa lacuna em um sólido sentimento de pertencimento. Essa mudança valida a premissa de que a hostilidade à atividade turística, muitas vezes, não é uma rejeição ao visitante em si, mas um reflexo do desconhecimento sobre o próprio território e da falta de ferramentas para geri-lo.

Ao compreenderem o turismo como um equilíbrio sustentável entre lazer, cultura e economia, os jovens deixam de enxergar a atividade como uma ameaça externa e passam a percebê-la como um vetor de valorização de sua própria identidade.

Embora os instrumentos de avaliação não citem a mecânica do jogo detalhadamente em todas as respostas, a menção constante à vontade de *"estudar coisas novas"* e o desejo de *"promover ações positivas para a nossa região"* reflete o sucesso da estratégia de gamificação. O jogo "BM 360º" permitiu que os jovens se sentissem protagonistas.

Os registros finais confirmam que a expectativa de continuar no projeto é um indicador real de que a intervenção cumpriu seu papel de Educação Turística. O jovem de Barra Mansa, antes um espectador passivo e distanciado do fluxo regional, agora se vê como um potencial agente de transformação no ecossistema turístico do Vale do

Café. O coroamento desse engajamento pode ser visualizado na Figura 5, com a equipe celebrando a apresentação da tecnologia social:

Figura 6 - Jovens protagonistas celebrando o sucesso da intervenção na feira Flumisul



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa iniciou-se movida por uma inquietação prática: a de que a hostilidade turística, observada tanto em pequenos distritos quanto em destinos consolidados, não é fruto da má vontade da população, mas da ausência de pertencimento. Ao longo deste percurso, buscou-se responder se a educação turística poderia ressignificar o olhar da juventude de Barra Mansa sobre seu próprio território. Finda a intervenção, a resposta que emerge é afirmativa e contundente: a educação é, de fato, a ponte necessária entre o morador e o visitante.

O objetivo geral de analisar a eficácia da oficina "Turismo 360º" e do jogo "BM 360º" foi plenamente alcançado. Ficou evidente que a adoção de metodologias ativas, fundamentadas na gamificação e na Pedagogia da Autonomia de Paulo Freire, superou as limitações do ensino tradicional. O jogo de tabuleiro gigante não funcionou apenas como um objeto lúdico, mas como uma ferramenta de tradução do território. Ao percorrerem fisicamente o mapa da cidade, os jovens deixaram de ver os atrativos como "prédios velhos" ou "lugares distantes" e passaram a enxergá-los como patrimônio vivo, do qual eles são herdeiros e guardiões.

Os resultados obtidos corroboram a premissa de que a consciência turística deve preceder a qualificação profissional. A ruptura com a mera "educação para o turismo" permitiu que, antes de aprenderem a servir tecnicamente, os participantes aprendessem a valorizar a própria cidade. A transição da invisibilidade para o protagonismo materializou-se no coroamento da oficina durante a feira Flumisul. Ali, ao explicarem o jogo para autoridades e empresários, os jovens romperam com a postura passiva de espectadores do desenvolvimento regional e assumiram, com propriedade, a voz de anfitriões qualificados.

Apesar dos resultados expressivos alcançados na primeira versão do jogo "BM 360º", faz-se necessário um olhar crítico e reflexivo sobre as limitações de escopo inerentes a um projeto piloto. Durante a vivência prática, a caminhada de reconhecimento e as missões iniciais do tabuleiro concentraram-se majoritariamente no centro histórico e comercial do município — a chamada "cidade oficial". Embora tenha havido um espaço fundamental de escuta ativa durante as sessões de ideação, o aprofundamento do cotidiano vivido pelos jovens em seus bairros de origem ainda se mostrou restrito frente à vastidão do território.

Dessa forma, aponta-se como recomendação pedagógica central para uma "segunda rodada" a expansão narrativa e geográfica do tabuleiro. A inclusão de elementos periféricos, manifestações culturais de bairro e trajetos diários (a "cidade vivida") permitirá descentralizar a narrativa turística, democratizando a representatividade no jogo. Somado a isso, como recomendação para a gestão pública local, sugere-se a institucionalização destas ferramentas gamificadas nas escolas municipais, transformando esta iniciativa do Sesc em uma política contínua de educação patrimonial.

Conclui-se, portanto, que a hospitalidade não é um dom inato, mas uma construção social e pedagógica. Não se constrói um destino apenas com obras e infraestrutura, mas investindo na humanização e na sensibilização de quem vive o dia a dia da cidade. O turismo, afinal, revelou-se um poderoso instrumento de resgate da autoestima e de formação cidadã. Que estes jovens, agora despertos, sejam precursores de uma Barra Mansa que materializa a máxima de Tolstói: para ser universal e receber o mundo, aprenderam, primeiro, a pintar e a amar a sua própria aldeia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6028**: Informação e documentação - Resumo - Apresentação. Rio de Janeiro, 2021

BEARES, Luís Eduardo H.; CABRAL, Samanta Gallo. Percepção da Hospitalidade em três comunidades: Guarani, Caiçara e Quilombola. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 1, p. 162-181, 2014. Disponível em https://www.google.com/url?sa=E&source=gmail&q=https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/109 Acesso em: 10 dez. 2025.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: Senac, 2008.

BOITEUX, Bayard; WERNER, Alice. **Turismo**: o fenômeno de deslocamento. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**: Diretrizes. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa_de_regionalizacao_do_turismo_-_diretrizes.pdf Acesso em: 30 nov. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Social**: diretrizes e orientações. Brasília: MTur, 2006. Disponível em https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/diretrizes-para-o-desenvolvimento-do-turismo-social/per__diretrizes_turismo_social.pdf Acesso em: 30 nov. 2025.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CARLOS, Maria da Graça de Oliveira et al. Turismo comunitário e hospitalidade solidária: um estudo multicaso sobre hospitalidade e hospedagem na Rede Tucum. In: **ENGEMA**, 17., 2015, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2015. Disponível em: http://engemausp.submissao.com.br/17/anais/download.php?cod_trabalho=339 Acesso em: 10 dez. 2025.

CASTRO, Célia Souza de. Educação para o Turismo: Preservação da identidade regional e respeito à cultura imaterial. **Fênix-Revista de História e Estudos Culturais**, v. 5, n. 4, p. 1-13, 2008. Disponível em https://www.revistafenix.pro.br/revistafenix/article/view/88. Acesso em: 10 dez. 2025.

CORIOLANO, Luzia Neide M. T. O turismo comunitário no Ceará: o caso da Rede Tucum. In: BARTHOLO, Roberto et al. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

ELICHER, M. J.; BASTOS, R. M. Gamificação e Video-Game Induced Tourism. **Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 16, n. 1, 2024. Disponível em: https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/13331 Acesso em: 10 dez. 2025

FERRO, Ricardo C.; BASTOS, Sênia Regina. **Hospitalidade: conceitos fundamentais e relevância para os estudos do turismo.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 18, e-2958, 2024. Disponível em https://doi.org/10.7784/rbtur.v18.2958 Acesso em: 07 mar. 2026.

FONSECA FILHO, Ari da Silva. **Educação e turismo: Reflexões para elaboração de uma Educação Turística.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 1, n. 1, p. 55-70, 2007. Disponível em https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-26062013-152829/pt-br.php Acesso em: 10 dez. 2025.

FONSECA FILHO, Ari da Silva. **Educação e turismo – um estudo sobre a inserção do turismo no ensino fundamental e médio**. 2007. 184 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-19042007-162741/publico/DissertacaoAridaSilvaFilho.pdf. Acesso em: 07 mar. 2026.

FONSECA FILHO, Ari da Silva. **Educação turística**: formação contínua de professores da educação básica para o ensino do turismo. Tese (Doutorado em Educação) – USP, São Paulo, 2013. Disponível em https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-26062013-152829/pt-br.php Acesso em: 10 dez. 2025.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GADOTTI, Danielle Ane; GUIMARÃES, Cláudio Jorge; DROPA, Márcia Maria. **Educação turística: aliando práticas de interpretação do patrimônio no saber-fazer turístico.** In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2003. Disponível em https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/28-educacao-turistica.pdf. Acessado em: 07 mar. 2026.

HALL, C. Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

INFOMONEY. **Paraty é eleita uma das 50 vilas mais belas do mundo em ranking da Forbes**. 2024. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/consumo/paraty-e-eleita-uma-das-50-vilas-mais-belas-do-mundo-em-ranking-da-forbes/. Acesso em: 30 jan. 2026.

INTERNATIONAL SOCIAL TOURISM ORGANISATION (ISTO). **Who we are**. Disponível em: https://isto.international/who-we-are/. Acesso em: 30 jan. 2026.

MENDES, Josiane; CAVENAGHI, Airton. A hospitalidade e o acolhimento na relação turista-residente. **Revista Turismo em Análise**, v. 22, n. 2, p. 325-334, 2012. Disponível em https://revistas.usp.br/rta/issue/archive. Acesso em: 10 dez. 2025.

MENDES, Bruna Castro; CAVENAGHI, Airton José. A hospitalidade pelas dimensões do acolhimento e pertencimento. **Revista Turismo em Análise**, v. 32, n. 1, p. 43-62,

2021. Disponível em: https://revistas.usp.br/rta/article/view/180028 Acesso em: 10 dez. 2025.

MENDONÇA, Teresa Cristina de Miranda; IRVING, Marta de Azevedo. Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turísticos no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 4, n. 3, p. 25-34, 2004. Disponível em https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/66 Acesso em: 17 dez. 2025.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MOSER, Giancarlo et al. O papel das comunidades locais na sustentabilidade dos destinos turísticos. **Revista de Estudos Interdisciplinares**, v. 6, n. 2, p. 01-17, 2024. Disponível em https://revistas.ceeinter.com.br/revistadeestudosinterdisciplinar/article/view/1367 Acesso em: 10 dez. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SÃO JOSÉ (SC). Prefeitura Municipal. **São José lança projeto inédito de formação de jovens guias turísticos e históricos**. 2025. Disponível em: https://saojose.sc.gov.br/sao-jose-lanca-projeto-inedito-de-formacao-de-jovens-guias-turisticos-e-historicos/88672/. Acesso em: 30 jan. 2026.

SEBRAE. **Hospitalidade como atrativo turístico**. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/hospitalidade-como-atrativo-turistico. Acesso em: 30 jan. 2026.

TURISMO DE PORTUGAL. **Estratégia Turismo 2027**: liderar o turismo do futuro. Lisboa: Ministério da Economia, 2017. Disponível em https://travelbi.turismodeportugal.pt/politicas-estrategia/estrategia-turismo-2027/ Acesso em 10 dez. 2025.

VEJA RIO. **Dez cachoeiras incríveis no estado do Rio**. Disponível em: https://vejario.abril.com.br/programe-se/dez-cachoeiras-incriveis-no-estado-do-rio/. Acesso em: 30 jan. 2026.

WERBACH, K.; HUNTER, D. **For the win**: how game thinking can revolutionize your business. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012.

APÊNDICE A - Questionário Diagnóstico Inicial.

Turismo 360º

Olá, explorador(a) do Turismo 360º! 🌍 Seja muito bem-vindo(a)!

Estamos muito felizes em ter você conosco neste projeto que busca ir além do óbvio no turismo. Queremos juntos questionar, aprender e construir novas formas de vivenciar essa atividade tão presente em nossas vidas. 😃

Para darmos o pontapé inicial nessa aventura, criamos este formulário. Com ele, vamos conhecer um pouco mais sobre você: suas vivências, suas ideias e seus conhecimentos sobre o universo do turismo. 😉

Nosso objetivo é simples: queremos entender suas expectativas e seu ponto de partida para que possamos juntos trilhar um caminho de descobertas e aprendizados significativos. 😉 Afinal, o turismo é muito mais do que paisagens bonitas, é encontro, troca e transformação! Vamos juntos?

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Nome *

2. Como gostaria de ser chamado? *

3. Qual sua idade? *

4. Onde você mora? *

5. Até onde você estudou? *

Marcar apenas uma oval.

- Ainda não terminei o Ensino Fundamental
- Ainda não terminei o Ensino Médio
- Terminei o Ensino Fundamental
- Terminei o Ensino Médio
- Ainda não terminei a facul
- Terminei a facul

6. Já participou de algum projeto social ou trampo voluntário? Conta aí! *

7. Quais são suas maiores paixões e o que você curte fazer nas horas vagas? *

Falando de Turismo

Por que estamos perguntando tudo isso?

Conhecer a galera: Queremos saber quem você é, suas experiências e o que te interessa para deixar o projeto ainda mais massa!

Nivelar o conhecimento: Assim, podemos criar atividades que sejam desafiadoras e ao mesmo tempo te ajudem a crescer no turismo.

Entender seus sonhos: Queremos saber o que te motiva e o que você espera do projeto para te apoiar ao máximo.

Pensar fora da caixa: Queremos te incentivar a refletir sobre o turismo de forma crítica, vendo além dos pontos turísticos e pensando no impacto social e humano.

😉 **Ah, e relaxa, não é prova! É só para sabermos como podemos te ajudar a voar ainda mais alto.**

🤔 **Não se preocupe, não tem certo ou errado, aqui o importante é a sua visão!**

8. O que vem à sua cabeça quando ouve a palavra "turismo"? *

9. Já rolou alguma viagem de lazer? Se sim, pra onde você foi? *

10. Quais os tipos de turismo que você conhece? (Tipo: ecoturismo, turismo cultural, etc.) *

11. Na sua opinião, qual a importância do turismo para uma cidade ou região? *

12. Você acha que o turismo pode ter um lado negativo? Quais seriam? *

13. O que você mais quer aprender sobre turismo no projeto Turismo 360º? *

14. Já ouviu falar em "turismo sustentável"? O que isso significa pra você? *

15. Quais os profissionais do turismo que você conhece? *

16. Qual a sua expectativa com o projeto Turismo 360º? O que você espera tirar dele? *

17. Alguma dúvida? Espaço liberado para você fazer suas considerações! 😉

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE B - Questionário de Avaliação Final.

Turismo 360º

Pessoal, chegamos ao final da nossa Oficina Turismo 360!
Primeiramente, muito obrigado pela participação, pela troca e pela dedicação de vocês ao longo desse ciclo. Foi incrível ter vocês com a gente.
Lembram daquele primeiro formulário que vocês responderam lá no início? Agora, para fecharmos nosso projeto, queremos saber o que mudou de lá para cá.
Este questionário é fundamental para entendermos o que vocês aprenderam, o que acharam da oficina e como vocês enxergam o turismo hoje, depois dessa nossa jornada.
Sejam 100% honestos e sinceros. Não existe resposta certa ou errada. O que importa de verdade é a sua opinião.
Suas respostas vão nos ajudar a medir o impacto real desse projeto e a pensar nos próximos passos.
Obrigado mais uma vez!

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Nome *

2. Hoje, o que vem à sua cabeça quando ouve a palavra "turismo" mudou depois da oficina Turismo 360°? Pode nos falar um pouquinho sobre isso? *

3. O que achou das oportunidades de turismo que a oficina e o Sesc ofereceram? O que trouxeram de valor para você? *

4. Quais os tipos de turismo que você conhece? (Tipo: ecoturismo, turismo cultural, etc.) *

5. Na sua opinião, qual a importância do turismo para uma cidade ou região? *

6. Você acha que o turismo pode ter um lado negativo? Quais seriam? *

7. O que você aprendeu sobre turismo no projeto Turismo 360º? O que gostaria de aprender mais? *

8. Já ouviu falar em "turismo sustentável"? O que isso significa pra você? *

9. Quais os profissionais do turismo que você conhece? *

10. Estamos encerrando um ciclo? Gostaria de continuarmos ano que vem? Diga sua expectativa. *

11. Alguma dúvida? Espaço liberado para você fazer suas considerações! 😉

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários