

# Turismo de Experiência: relações entre territorialidade e desenvolvimento local em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil

Experience Tourism: relations between territoriality and local development in Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brazil

*Turismo de Experiencia: relaciones entre territorialidad y desarrollo local en Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil*

Daniela Sottili Garcia<sup>1</sup>

Débora Fittipaldi<sup>1</sup>

Djanires Lageano Neto de Jesus<sup>1</sup>

Recebido em: 06/08/2021; revisado e aprovado: 18/05/2022; aceito em: 1º/06/2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.20435/inter.v23i4.3477>

**Resumo:** O Turismo de Experiência vem provocando novas formas de pensar a perspectiva dos processos interculturais e multidimensionais do desenvolvimento, sobretudo a partir das ações de conservação e valorização das culturas locais. Nesse sentido, o estudo objetivou investigar aspectos ou elementos de territorialidade e desenvolvimento local em Campo Grande, MS, na busca de viáveis relações e possibilidades para a implantação dessa modalidade de turismo. A metodologia foi baseada a partir da investigação qualitativa de caráter bibliográfico e documental. Os resultados demonstraram a potencialidade local para além do turismo tradicional, pois também apontaram possibilidades para se tornar um destino de experiência, motivado principalmente pela multiculturalidade do seu povo, pelos patrimônios materiais e imateriais existentes, além dos atrativos turísticos identificados com as características que preconizam esse tipo de interação, que imprimem a sua dinâmica territorial no mapa turístico local como cidade indutora. Entre as atividades identificadas com a pesquisa na Capital, que os elementos da prática do Turismo de Experiência, destacam-se: Projeto Aves Urbanas; circuito de cervejas artesanais; observação de aves; visita à Feira Central; visitas aos museus; caminhada no centro histórico; trilhas ecológicas; caminhadas nos parques urbanos; o consumo da bebida tereré; visitação nas nascentes dos rios que cortam a cidade; além de escutar as histórias contadas pelos moradores campo-grandenses, contribuindo, dessa forma, para o aumento da sua visibilidade no contexto nacional, respaldado inclusive pelas políticas públicas de turismo em todas as esferas.

**Palavras-chave:** Turismo de Experiência; territorialidade; desenvolvimento local; Campo Grande, MS.

**Abstract:** Experience Tourism has been provoking new ways of thinking from the perspective of intercultural and multidimensional development processes, especially from the actions of conservation and valorization of local cultures. In this sense, the study aimed to investigate aspects or elements of territoriality and local development in Campo Grande, MS, in search of viable relationships and possibilities for the implementation of this type of tourism. The methodology was based on qualitative research of bibliographic and documentary character. The results demonstrated the local potential beyond traditional tourism, as they also pointed out possibilities to become an experience destination, motivated mainly by the multiculturalism of its people, the existing material and intangible heritage, in addition to the tourist attractions identified with the characteristics that advocate this type of interaction, which imprint their territorial dynamics on the local tourist map as an inducing city. Among the activities identified with the research in the Capital, which highlight the elements of the practice of Experience Tourism, the following stand out: Urban Birds Project; craft beer circuit; bird watching; visit to the Central Fair; visits to museums; walk to the historic center; ecological trails; walks in urban parks; the consumption of tereré drink; visiting the springs of the rivers that cut the city; in addition to listening to the stories told by the residents of Campo Grande, thus contributing to increasing their visibility in the national context, supported even by public tourism policies in all spheres.

**Keywords:** Experience Tourism; territoriality; local development; Campo Grande, MS.

**Resumen:** El Turismo de Experiencia viene provocando nuevas formas de pensar desde la perspectiva de los procesos de desarrollo intercultural y multidimensional, especialmente desde las acciones de conservación y valorización de las culturas locales. En este sentido, el estudio tuvo como objetivo investigar aspectos o elementos de territorialidad y desarrollo local en Campo Grande, MS, en busca de relaciones viables y posibilidades para la implementación de este tipo de turismo. La metodología se basó en una investigación cualitativa de carácter bibliográfico y documental. Los resultados demostraron el potencial local más allá del

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.



turismo tradicional, pues también señalaron posibilidades para convertirse en un destino de experiencia, motivado principalmente por la multiculturalidad de su gente, el patrimonio material e inmaterial existente, además de los atractivos turísticos identificados con las características que propugnan este tipo de interacción, que imprimen su dinámica territorial en el mapa turístico local como ciudad inductora. De las actividades identificadas con la investigación en la Capital, que destacan los elementos de la práctica del Turismo de Experiencia, se destacan: Proyecto Aves Urbanas; circuito de cerveza artesanal; observación de aves; visita a la Feria Central; visitas a museos; caminata hasta el centro histórico; senderos ecológicos; paseos en parques urbanos; el consumo de la bebida terere; visitando los manantiales de los ríos que cortan la ciudad; además de escuchar las historias contadas por los moradores de Campo Grande, contribuyendo así a incrementar su visibilidad en el contexto nacional, apoyado incluso por políticas públicas de turismo en todos los ámbitos.

**Palabras clave:** Turismo de Experiencia; territorialidad; desarrollo local; Campo Grande, MS.

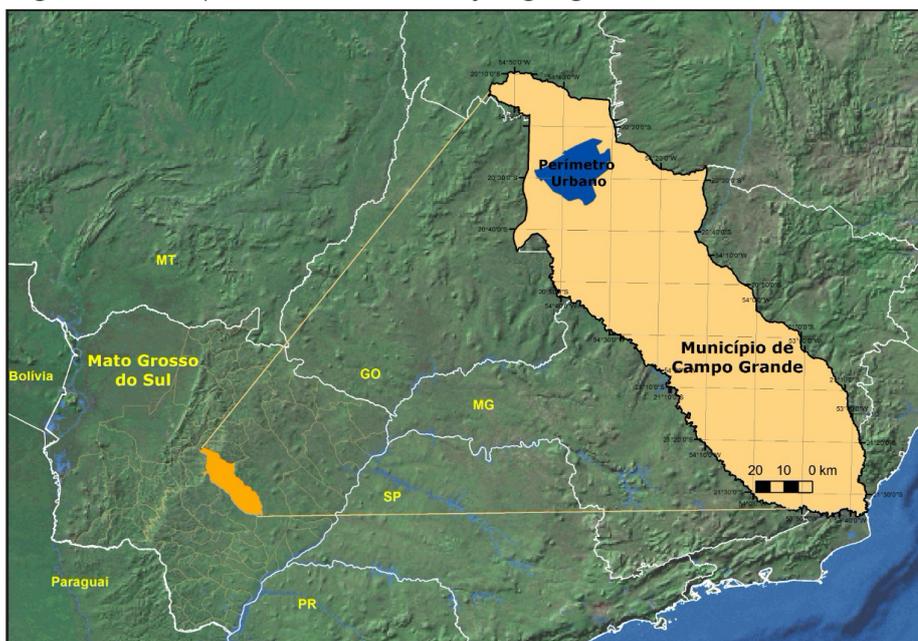
## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta evidências de uma pesquisa acadêmica que buscou levantar elementos que estão intrinsecamente relacionados às questões de territorialidade e desenvolvimento, com foco no espaço urbano de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, com o olhar para o Turismo de Experiência, ou seja, um “novo” segmento do mercado turístico em vias para atender à demanda local.

O município de Campo Grande, de acordo com a Figura 1, possui uma área total de 8.092,978 km<sup>2</sup>, e a área urbana tem 154,45 km<sup>2</sup>, ocupando 2,26% da área total do estado de Mato Grosso do Sul (MS), com uma população estimada em 902.092 habitantes (IBGE, 2020). Localizado geograficamente na porção central do Estado, estabelecido territorialmente no Planalto Sedimentar do Paraná, encontra-se próximo às Bacias do Paraná e Paraguai.

As altitudes variam entre 500 e 675 metros no Planalto da Serra de Maracaju, entre o Ribeirão do Lontra e os rios Anhanduí e Botas. 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 Parançá/Tietê.

Figura 1 – Campo Grande e sua relação geográfica com MS



Fonte: AYRES, F. M. (adaptado de IBGE, 2011).

Desde a divisão do estado de Mato Grosso do Sul com o estado de Mato Grosso, em 1977, a capital Campo Grande vem se desenvolvendo socioeconômica e culturalmente. Em se tratando do segmento turístico, apesar de o turismo local ter alcançado uma fatia do mercado enquanto destino e ter sido contemplado entre os 65 municípios do Brasil, segue atrás de outras duas regiões indutoras do turismo no Estado, o Pantanal e a cidade de Bonito. De acordo com o Programa de Regionalização do Turismo (2022), o Estado possui oito regiões turísticas, sendo que a Capital compõe a região denominada “Caminho dos Ipês”, juntamente aos municípios de Corguinho, Jaraguari, Nova Alvorada do Sul, Rochedo, Terenos, Ribas do Rio Pardo, Rio Negro e Sidrolândia (FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL [FUNDTUR-MS], 2022).

A Cidade Morena, assim chamada carinhosamente pelo povo que nela vive, é uma mistura de culturas, sendo registradas mais de 26 etnias diferentes (GARCIA, 2013). Além disso, é composta por mais de 43 atrativos turísticos de lazer e entretenimento tais como: Casa do Artesão, Feira Central, Morada dos Baís/Pensão Pimentel, Esplanada dos Ferroviários, Mercado Municipal, Memorial da Cultura Indígena, Museu José Antônio Pereira, Praça das Araras, Praça Ary Coelho, Parque das Nações Indígenas, entre outros atrativos (SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO [PMCG-SECTUR], 2017).

Considerando-se esses locais e a atratividade turística existente, percebe-se que a interação dos sentidos dos visitantes na Capital vem possibilitando espaço para a experimentação, sobretudo no contexto cultural, além dos eventos e negócios que despontam na motivação local.

Além disso, as políticas públicas e ações de governança brasileira evidenciam que, desde 2006, o Ministério do Turismo (MTur) iniciou seu trabalho sobre a Economia da Experiência e, de acordo com direcionamento do mercado atual, percebeu-se que o público em geral está se voltando para este novo segmento de mercado turístico, ou seja, que valoriza sentimentos e emoções dos clientes, incluindo questões transmitidas de forma pessoal, provocada na interação entre a localidade e o turista, como se espera com o fomento do turismo em Campo Grande, sobretudo por sua multiculturalidade e localização estratégica, ligando-a com outros destinos turísticos nacionais e regionais.

E, para discorrer sobre esse assunto, o presente artigo será dividido em três partes, utilizando-se a triangulação das informações, ou seja: a) o escopo teórico sobre turismo, cultura e territorialidade; b) a análise descritiva do fenômeno do turismo de experiência; e c) os resultados coletados na pesquisa, por meio de quadro-síntese, que apresentam recursos potenciais para aplicação do segmento do Turismo de Experiência na capital sul-mato-grossense.

## **2 PERCURSO METODOLÓGICO**

Os procedimentos metodológicos, de natureza qualitativa, tiveram como base a pesquisa bibliográfica e documental. De acordo com Lüdke e André (1986), a pesquisa qualitativa se desenvolve em uma situação natural, tem ricos dados a serem descritos, focalizando a realidade de uma forma complexa e contextualizada. Nesse sentido, a coleta de dados foi determinada pelas questões centrais da pesquisa, entre elas, saber se o turismo que ocorria de forma mais tradicional em Campo Grande poderia ser (re)modelado, incluindo os elementos da experiência; e se seria possível integrar elementos da cultura e natureza existentes em Campo Grande com essa prática promovida pelo Turismo de Experiência.

A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio da leitura e do fichamento das principais obras que nortearam o presente trabalho, entre os autores: Pine II & Gilmore (1999 *apud* GONÇALVES,

2016); Kim (2011); Marcondes (2005); Tuan (1983); e Gonçalves (2016). Essa revisão bibliográfica foi realizada por meio de livros, periódicos, artigos de jornais, *sites* da Internet, entre outras fontes, e, 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 teve alguns objetivos, entre eles: a) proporcionar um aprendizado sobre uma determinada área do conhecimento, neste caso, do campo epistemológico do turismo, voltado à experiência do turista/visitante; e b) facilitar a identificação e seleção dos métodos e das técnicas a serem utilizados pelo pesquisador, pela aproximação dos conceitos de turismo, territorialidade, cultura, experiência, tradição, desenvolvimento, entre outras atribuídas à temática da pesquisa.

Já a pesquisa documental teve como objetivo apontar vários tipos de documentos utilizados, entre eles: os escritos; os numéricos ou estatísticos; os de reprodução de som e imagem; e os documentos-objeto (BRAVO, 1991). Neste caso, foi desenvolvida em diferentes momentos da investigação, a fim de complementar o referencial teórico e subsidiar o processo investigativo. Ou seja, foram utilizados como recursos documentais principais: Plano Diretor de Campo Grande; Atas do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR); e o Inventário Turístico local, realizado pela Prefeitura Municipal.

Considerando-se os procedimentos metodológicos utilizados, observou-se a ampliação da direção e complementação de dados de caráter empírico, visando subsidiar as discussões sobre os elementos identificados no mapeamento das práticas de turismo na capital sul-mato-grossense que pudessem vir a ser potencializados numa relação possível do Turismo de Experiência, cujas reflexões serão apresentadas ao longo deste artigo.

### **3 TURISMO DE EXPERIÊNCIA E SUAS REPRESENTAÇÕES LOCAIS**

Para iniciar uma discussão sobre esta temática, entende-se ser necessário compreender que essa modalidade de Turismo surge a partir da experiência sensorial, do uso exclusivo dos sentidos, seja de maneira direta, seja de maneira indireta, pois a experiência é uma fonte primária do conhecimento (KIM, 2011).

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

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 ponderada pelo nosso cérebro, com percepções da realidade, dando ênfase ao papel da experiência sensível no processo do conhecimento (STEPHEN, 2014). Nesse sentido, compreende-se que as experiências são únicas e singulares (MARCONDES, 2005). É construída pelo humano, tem um dado subjetivo e precisa ser revista, pois o saber humano é determinado por impressões que surgem de sensações, e o conhecimento ocorre por meio de experiências, e não deduções (KIM, 2011).

Complementando, Tuan (1983, p. 10) defende que a “[...] experiência implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência, experienciar é aprender; significa atuar sobre o dado e criar a partir dele [...]”. Ou seja, o que pode ser conhecido é uma realidade que é um constructo da experiência, uma criação de sentimento e pensamento. Elas são individualizadas, contudo permitem a divisão com os outros, além de serem estimuladas com os outros, são a observação de objetos externos, como da mente. Assim, podemos dizer que as viagens como experiência são um momento presente da vida, que pode ser desfrutado existindo um significado para cada indivíduo, e este é intransferível.

Esperam-se, nessas relações, sensações diversas, que acompanham o momento da experiência, quando há o envolvimento do turista, tornando algo memorável, ampliando seu aprendizado e conhecimento sobre outras culturas. O ato de viajar e praticar o turismo tem significados específicos para o turista: liberação nos conteúdos subjetivos – desejos, ampliação de prospecções, experiências pessoais e questões relacionadas a sonhos numa época em que os sistemas estão cada vez mais globalizados (LI, 2000; BENI, 2004).

O turista de experiência, portanto, procura por algo pessoal para responder às suas satisfações interiores, e este tipo de turismo cria e provoca espaços para que essa pessoa mude algo no seu interior. Quando a atividade está consolidada, faz com que o turista se relacione 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, entre outras questões.

Essa atividade do turismo, ligada ao mundo do entretenimento e das tecnologias, torna-se um dos pilares significativos da Economia da Experiência, relacionado aos termos culturais e sociais na diferenciação da oferta dos produtos turísticos.

Um novo “valor” econômico apresenta-se nesta sociedade, que são os sonhos, as experiências e as memórias, e, de acordo com McCannel (1973, p. 159), “[...] *authentic experiences are believed to be available only to those moderns who try to break the bonds of their everyday experiences and begin to live*”<sup>2</sup>. Esta sociedade do consumo, envolvida com a globalização, busca algo inovador, autêntico, tendo no lazer uma forma de equilíbrio, físico e psíquico, que os turistas buscam como motivação à qualidade de vida, uma fuga de uma rotina estressante à procura de experiências movidas pela autenticidade, pelo acolhimento e pela hospitalidade ligados ao bem receber.

E, como mirante teórico sobre o Turismo de Experiência, existem duas obras de referência na trilha dos estudos e das discussões deste segmento do turismo que dissertam sobre o movimento da experiência aliado ao terceiro setor da economia na prestação de serviço, que, posteriormente, auxiliaria a atividade turística, são elas: “Sociedade dos Sonhos”, de Rolf Jensen; e “A Economia da Experiência”, dos autores B. Joseph Pine II e James H. Gilmore.

A primeira obra simplifica a evolução da sociedade vindo desde a época agrícola à era da sociedade dos sonhos, sendo este último estágio o qual estamos passando e no qual a humanidade procura se religar com a natureza; além de explorar e aflorar as sensações que envolvem as experiências sensoriais, a humanidade está descobrindo um lado mais emocional, pela busca de histórias e sentimentos. Nesta fase, o produto turístico e o seu valor estão inseridos com/em histórias, lendas, mitos, sobre a comunidade receptora. Não é preciso inventar, é preciso

<sup>2</sup> “[...] “Acredita-se que as experiências autênticas estão disponíveis apenas para aqueles modernos que tentam romper os laços de suas experiências cotidianas e começam a viver” (tradução nossa).

apenas melhorar o que já existe na comunidade. “*The consumer buys feelings, experiences and stories, this is post materialist consumer demanding a story to go with the product*”<sup>3</sup> (JENSEN, 1999, p. 77).

A “Sociedade dos Sonhos” propõe novos olhares, que primam pelas sensações (sonhos), em que as questões emocionais são consideradas como simbologias, mitos, ritos e histórias das comunidades e das pessoas, os valores (ética), questões espirituais, experiências emocionais, emoções profundas, sensações inesquecíveis, ou seja, relações emocionais (inteligência emocional), desafios, sentimentos, emoções, contato maior com a natureza e a busca por lugares e sensações de tranquilidade. O consumidor deseja algo a mais que ser simplesmente mero consumidor de serviços, está em busca de experiências únicas e memoráveis, em que os destinos que procura passam a ser vistos como experiência, promovendo e (pró)vocando sensações que não estão disponíveis em outros locais e opções.

Já a segunda obra, “A Economia da Experiência”, demonstra que, nas experiências de consumo e interfaces, há uma produção e condução de reação, fazendo analogias com o teatro. O trabalho é uma forma de teatro, e o negócio é o palco; a pessoa passa a ser protagonista de suas histórias e experiências, contribuindo para e com os ensinamentos para sua vida, tornando-os momentos inesquecíveis (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010).

Relacionando-se o turismo e as viagens que estão alocadas no terceiro setor da economia, ou seja, na prestação de serviços, baseados na sociedade dos sonhos e envoltos de sensações, memórias, percepções, surge esse segmento do turismo que ressalta as sensações, os aspectos sensoriais, as memórias, vivências que o turista pode encontrar e se encantar no local visitado, pois são experiências quando envoltas 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, em que existe uma busca por uma modificação no olhar, uma transformação pessoal.

Complementando esse entendimento, Synapsis (2014) apresenta algumas características desse segmento de turismo, entre elas: a) baseado em destinos e atividades; b) propõe motivos para realizar a viagem, sendo o *para que* fazer a viagem em vez de *o que fazer* e *onde fazer*; c) as experiências são únicas e pessoais – cada viajante leva algo para si; d) as experiências são criadas no momento da interação do turista com o local visitado, com as atividades com que está envolvido e com as pessoas que o acompanham – entre turista e local visitado ocorre um processo transformacional pela interação entre as partes; e) em relação aos grupos de visitantes, eles são acompanhados por facilitadores de experiências para a aprendizagem experiencial, e não por guias de turismo apenas como uma simples prestação de serviços; f) o turista se sente parte do lugar que visita, identificando-se com o local, e ambas as partes se enriquecem juntas com esse contato; g) a viagem pode ter efeito perdurável, memorável, e uma mesma experiência é vivida de formas diferentes, sempre, além de o foco ser o consumidor; h) cada experiência é realizada de forma integral e exclusiva, e são utilizadas ferramentas multidisciplinares e diversas.

A partir dessas características apresentadas, pode ocorrer uma fusão entre morador local e turista, e ambos se enriquecem com novos significados, valores, conhecimentos e trocas culturais, promovendo a interculturalidade. A viagem de/com experiências permanecerá na memória do ser

<sup>3</sup> O consumidor compra sentimentos, experiência e histórias, este é o consumidor pós-materialista exigindo uma história para acompanhar o produto” (tradução nossa).

humano, uma vez que, mesmo que as sensações sejam intangíveis, valores lhes são atribuídos, pois há uma permanência nelas por algum tempo, portanto, sua relevância permanece.

Na atualidade, esta segmentação de mercado turístico é uma possibilidade na qual se contemplam aspectos e elementos interessantes a serem potencializados e desenvolvidos na capital sul-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.

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 (como ocorre, por exemplo, no Mercado Municipal em Campo Grande, onde os comerciantes e visitantes se relacionam culturalmente), compartilham um mesmo local ou trocam informações, ideias e experiências, é preciso que ambos desejem a preservação da localidade e o desenvolvimento da atividade turística no local. Nesse processo do turismo, é de suma importância a comunidade local estar envolvida, pois será ela que receberá o turista, uma vez que, caso a comunidade não esteja aberta para a prática da hospitalidade no turismo, o turista não se sentirá acolhido (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 busca algo inovador, que possa interagir com o destino visitado, deseja obter sensações, emoções que se tornem inesquecíveis em suas vidas, em que valores imateriais são mais importantes: o cuidado com o olhar à sua qualidade de vida. Este turista quer se conectar e descobrir o lugar com as pessoas, conhecer costumes, histórias por viver e compartilhar, procurando obter algo memorável, interligando com as suas territorialidades e o desenvolvimento da atividade turística.

#### **4 TERRITORIALIDADE E DESENVOLVIMENTO**

Nesta seção, buscou-se investigar e relacionar aportes concernentes ao desenvolvimento de caráter local. A partir de suas especificidades, sinalizam para um desenvolvimento que contemple diferentes dimensões e sujeitos, culturas e territórios.

Entende-se que um marco para o desenvolvimento local é composto por diversos valores e princípios, e essa articulação só se dará conforme a localidade se propõe a cumprir. Esses valores são universais, não estão descritos em lugar algum. Nesta forma de compreensão, o desenvolvimento tem como base objetivos tais 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, em que a tomada de decisões, responsabilidades, melhoramentos e possível transformação em melhorias se darão com a população local e seu entorno (GONÇALVES, 2016).

O desenvolvimento local resulta da interação e sinergia entre qualidade de vida da população local (redução da pobreza, geração de riqueza e distribuição de ativos), juntamente da eficiência econômica e boa gestão pública. Neste sentido, é preciso observar que desenvolvimento não trata apenas de crescimento econômico e de progresso material ilimitado, mas sim de um conceito que se aproxima da ideia de assegurar a qualidade de vida e o progresso material dentro dos limites naturais (GONÇALVES, 2016).

É uma forma de simplificação da organização da eficiência que estabelece os processos de produção, distribuição, consumo, em todos os níveis do sistema social – sendo econômico, político, ideológico e cultural – que visa à realização do ser humano e deve estar em harmonia com a natureza (ANTUNES, 2004). Ou seja, percebe-se que o desenvolvimento local, quando analisado por um aspecto mais amplo, tem duas grandes vertentes: o desenvolvimento quantitativo e o qualitativo. Faz-se necessário entender também a inter-relação entre turismo, cultura e desenvolvimento local:

[...] o desenvolvimento local é indispensável, pois as ações estabelecidas sobre o plano cultural e turístico devem repercutir diretamente na vida dos habitantes, em suas condições econômicas e sociais, no futuro dos territórios, sendo respeitados os componentes naturais e humanos. [...] a primeira condição para unir de modo durável a cultura e turismo rural é valorizar as características intrínsecas e não exógenas ao território. (MAZUEL, 2000, p. 99100).

Nesse sentido, pode auxiliar no desenvolvimento que está interligado com a cultura histórica e geograficamente situada de um povo. O patrimônio, por ser parte visível na memória, une a realidade sociocultural baseada no passado e a articula ao presente. No desenvolvimento endógeno ou local, o próprio território é um agente de transformações sociais, pois diversos atores locais, junto às organizações, promovem decisões, inovam e introduzem os sistemas produtivos e, conseqüentemente, mudam a estrutura econômica e as relações de cultura e sociedade (BARQUERO, 2007).

## **5 A CULTURA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE E ALTERIDADE**

A apreensão da relação dialética promovida na tradição tem como ponto de partida algumas reflexões, como as seguintes: como identificar uma cultura? Como compreender os limites de sua influência e as formas que têm sua inserção no espaço? Qual a natureza e a importância das barreiras e fronteiras culturais? Quais suas relações com as fronteiras políticas e tradicionais? Algumas dessas questões estão relacionadas ao próprio entendimento sobre o que é a cultura e o que ela representa para as civilizações (NETO DE JESUS, 2012).

Nem todas as sociedades dispõem do mesmo arsenal de conhecimentos e técnicas, do mesmo registro de interpretações e de motivações. Os indivíduos e os grupos são condicionados pela educação que recebem. Assim, a cultura aparece como herança. As modalidades segundo as quais a cultura é transmitida de geração a outra ou de um lugar a outro, favorecidas pelas trocas, pelos deslocamentos de curta duração ou pelas migrações, dependem do meio e do nível técnico; elas contribuem amplamente para a diversidade das sociedades (CLAVAL, 2001).

A cultura não é vivenciada passivamente por aqueles que a recebem como herança, eles reagem àquilo que lhes é proposto ou que se lhes pretende impor. Interiorizam certos traços e rejeitam outros. Inventam, ao longo de suas existências, novas maneiras de fazer, atribuem cores novas aos seus sonhos e aos seus pesadelos, e criticam os valores usuais quando estes não correspondem às suas aspirações profundas.

Ainda de acordo com Claval (2001), os modelos culturais oferecidos não são, então, imutáveis enquanto as inovações intervêm. Todavia, algumas inovações são rejeitadas ou levam tempo para se impor, e outras são rapidamente adotadas. As culturas são realidades mutáveis. Graças a elas, cada um se projeta no futuro e trabalha para criar um contexto melhor do que

aquele do presente. O mundo termina geralmente por assemelhar-se ao paraíso ou às utopias que os homens imaginam.

Nesse sentido, a identificação cultural embasada em Castells (1999) é entendida como processo de construção do significado, com base em um atributo cultural ou em um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, os quais prevalecem sobre outras fontes de significado. Já no que diz respeito à dinamicidade cultural, Cucho (1999) aponta que a cultura permite ao homem não apenas adaptar-se a seu meio, como também adaptar este meio ao próprio homem, aos seus projetos e necessidades, tornando possível uma transformação estruturada em processo passível de influência como fenômeno universal.

Assim, a cultura é essencialmente constituída de realidades e signos que foram inventados para descrevê-la, dominá-la e verbalizá-la, sendo carregada, portanto, de dimensão simbólica. Ao serem repetidos em público, eles se transformam em rituais e criam, para os que os praticam ou aos que os assistem, sentimento de comunidade compartilhada. Ou seja, a cultura é, dessa forma, um dos fatores essenciais da diferenciação das situações sociais, que é reconhecida por cada indivíduo (CUCHE, 1999).

Nesse sentido, a cultura se constitui a partir do próprio homem, que descobriu que viver em sociedade lhe traria maiores opções diante dos desafios do meio ambiente. O autor apresenta a noção de “fluxos culturais”, cujo consumismo global desencadeia possibilidades de identidades partilhadas, ou seja, a relação como consumidores para os mesmos bens e serviços disponíveis, entre indivíduos que estão bastante distantes uns dos outros no tempo e no espaço; isto é, na medida em que as culturas se tornam expostas às interferências externas mais difíceis, promovem a conservação das identidades culturais tradicionais ou impedem que elas se tornem enfraquecidas por meio da infiltração cultural (CUCHE, 1999).

Traços culturais não são perdidos ou exterminados, mas são deixados “adormecidos” com o passar do tempo, já que, para atender às exigências externas, são obrigados a se adequar ao modo de conduta a eles impostos. A produção, reprodução e reinvenção são formas também desenvolvidas pelas comunidades autóctones para revitalizar, divulgar e, até mesmo, “comercializar” sua cultura, como acontece nos atrativos turísticos que fomentam o turismo. Desse ponto de partida, será possível, na sequência, entender as formas encontradas para promover a manutenção da tradicionalização cultural (NETO DE JESUS, 2012).

Em processo ativo de revitalização cultural e identitária, as comunidades e os espaços destinados a esta finalidade são palcos para desencadear uma relação quase obrigatória de (re) territorialização (caso elas estejam desterritorializadas). Por meio da participação efetiva, do diálogo com a comunidade autóctone, podem-se identificar os significados das perdas provocadas ao longo do tempo, garantindo-se legitimidade e permanência a essa enquanto grupo social e cultural. Nesse sentido, a cultura moderna e globalizada é também cultura (re)territorializada, na medida em que os indivíduos e os traços culturais se separam de espaços fixos e se encaixam em novos cenários culturais (re)inventados (NETO DE JESUS, 2012).

Em se tratando de Campo Grande, é possível observar que a cultura local é formada por um caldeamento de diferentes etnias que chegaram à cidade, ainda antes da criação de Mato Grosso do Sul, ocorrida em 1977, e, portanto, antes de ela se tornar capital, parte dessas culturas chegaram com a instalação da Ferrovia Noroeste do Brasil, em 1914 (GARCIA, 2013).

Nesse caldeamento de culturas ao longo dos anos, foi possível observar a presença de mais de 26 diferentes etnias que já viveram ou ainda vivem em Campo Grande; diversos sinais

e costumes dessas etnias demonstram a alteração da sua cultura tradicional, como é o caso, por exemplo, do sobá, eleito em um concurso na Capital como prato típico, porém originário da província de Okinawa, no Japão. A receita original foi adaptada pelos japoneses da capital, inicialmente, para utilizar os ingredientes brasileiros; depois, para se encaixar ao paladar local. No original, além dos ingredientes utilizados em Campo Grande, como o macarrão caseiro, coberto por omelete em fatias, cebolinha, gengibre e a proteína (lombo suíno, frango e/ou carne), caldo à base de carne e temperos, como shoyu e missô, é acrescida ainda ossada de frango e costela de porco. Esse, além de um prato típico, é uma iguaria para os turistas que visitam a capital e, possivelmente, uma forma de integrar os visitantes com a colonização japonesa para a prática do Turismo de Experiência (GARCIA, 2013).

Para Lefebvre (1991), todavia, a modernidade pode ser entendida como atmosfera portadora não apenas de todo um conjunto de novas perspectivas e práticas sociais, mas também de determinantes transformações na espacialidade urbana, destruindo velhas urbanidades e substituindo-as por novos formatos. Assim, elas transportam os traços culturais das tradições, das linguagens e das histórias particulares, sem que isso não permita unificar no velho sentido, já que são produtos de várias histórias e culturas inter-relacionadas, pertencentes a uma, e, no fim das contas, em qualquer setor local do sistema global, a transformação assume a aparência dual de assimilação e diferenciação.

## 6 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os resultados da pesquisa foram baseados por meio das informações coletadas a partir do referencial teórico e documental, sendo composto por elementos descritos na metodologia da pesquisa, como também na apresentação dos atrativos turísticos de Campo Grande, que tinham elementos de experiência; e, por fim, expuseram-se os resultados sobre evidências de implantação de Turismo de Experiência neste destino turístico.

Assim sendo, para alicerçar a pesquisa, elaborou-se um quadro-síntese com informações sobre a caracterização de práticas de turismo local que apresentam potenciais para uma futura aplicação do segmento do Turismo de Experiência no local de estudo, como descreve o Quadro 1.

Quadro 1 – Identificação de elementos que configuram desenvolvimento local de Campo Grande

Descritores	Especificidades
Infraestrutura geral	Apresenta uma boa infraestrutura, mas, em algumas áreas turísticas, necessita de melhorias.
Acesso	O aeroporto dispõe de voos regulares; terminal rodoviário com linhas regulares intermunicipais e interestaduais; ausência de congestionamentos nas áreas turísticas, porém são necessárias vagas para estacionamento, em especial no centro.
Serviços e equipamentos turísticos	Satisfatórios e apresentam disponibilidade de diversas estruturas para a realização de eventos. Necessita-se de melhorias nos setores de hospedagens, bares e restaurantes e na sinalização turística.
Atrativos turísticos	Com uma rica biodiversidade urbana, são apresentados diferentes atrativos naturais, culturais, científicos e artísticos. Porém, falta em alguns atrativos a aplicação de capacidade de carga e acessibilidade.
Marketing e promoção do destino	Existência de marca promocional turística do destino, mas não há plano de marketing formal para o destino. Notou-se ausência de informações disponíveis em idiomas estrangeiros.

Descritores	Especificidades
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.
Monitoramento	Atualmente, existem dados monitorados pelos Observatórios de Turismo da Prefeitura Municipal e da Fundação de Turismo estadual, mas são informações recentes e, por isso, percebem-se dados insuficientes da demanda turística.
Economia local	Presença de multinacionais na produção de bens; existência da Lei n. 142/2009, que incentiva estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços ao desenvolvimento turístico. O segmento de negócios e eventos tem atraído visitantes e fomentado a economia local.
Capacidade empresarial	Embora existam grupos nacionais e internacionais, há barreiras significativas à entrada de empreendimentos turísticos locais.
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. Mas os recursos para a condução das atividades da instância ainda são escassos.
Aspectos sociais	Utilização de mão de obra informal em bares e restaurantes e na organização de eventos. Fragilidades na capacitação técnica e no atendimento ao cliente. Poucas políticas públicas de turismo formais para o envolvimento da comunidade nas atividades turísticas.
Aspectos culturais	Presença de políticas públicas voltadas para a cultura; a diversidade cultural do destino turístico é significativa, constatada por meio do artesanato, da culinária, das tradições culturais, manifestações religiosas e dos eventos tradicionais.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme o exposto, foram evidenciados os elementos que visam contribuir e/ou compor aspectos necessários para a implantação do Turismo de Experiência; com isso, de acordo com a teoria apresentada, unindo-se aos itens que configuram o desenvolvimento local, é preciso perpassar a infraestrutura básica de apoio e a turística necessária para compor os elementos tradicionais de turismo e alavancar as possibilidades de implantação do Turismo de Experiência no destino em estudo.

Alicerçado a isso, alguns desafios de ordem estrutural devem ser priorizados. Segundo o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), para que o turismo alcance êxito em Campo Grande e região, é necessário executar ações integradas e, dentre estas: sensibilizar a gestão pública 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. Além disso, é sinalizada a necessidade de mobilizar o *trade* e fortalecer as instâncias de governança do turismo; promover o melhor aproveitamento do pessoal qualificado na área; evitar a degradação e subutilização dos recursos ambientais e culturais e aprimorar a infraestrutura turística existente. Outro fator apontado como parte necessária no processo é o envolvimento da sociedade local, pois o desenvolvimento do turismo necessita de um planejamento participativo (MATO GROSSO DO SUL, 2012).

Em relação ao *marketing* turístico, o que vem se constatando por meio de pesquisas é que a mídia turística descreve as cidades, e em Campo Grande não é diferente, sob o ponto de vista dos gestores públicos e privados, que determinam o que é “importante” e o que “não interessa”. Ou seja, percebe-se *in loco* uma combinação de imagens emblemáticas, que nem sempre consideram a história e a identidade local, tornando-se, por vezes, um espetáculo de imagens sem significado

e que nem sempre representam o que o turista gostaria de conhecer sobre Campo Grande, principalmente por, muitas vezes, não considerar a identidade local (GARCIA, 2013).

Ainda, no tocante do *marketing* turístico e da promoção do destino de Campo Grande, são indispensáveis ações mais incisivas e preferencialmente direcionadas ao sul-mato-grossense, com vistas a aumentar o fluxo interno de visitantes, assim como a necessidade de políticas públicas e programas que visem à promoção e à divulgação dos demais destinos e produtos turísticos de Mato Grosso do Sul dentro do próprio Estado.

Além disso, para que a viagem seja algo realmente experiencial e cultural, torna-se 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, tem uma relação com o olhar, com o visual, mantendo uma singularidade local, envolvendo símbolos e significados, de maneira marcante, da cultura local. Nesse sentido, confrontando-se a reflexão teórica com os atrativos turísticos de Campo Grande, cujas características valorizam a experiência, foram identificadas algumas atividades com potencial para o desenvolvimento do Turismo de Experiência, de acordo com o Quadro 2.

Quadro 2 – Identificação de práticas de turismo com potencial para uma futura aplicação do segmento do Turismo de Experiência em Campo Grande

<b>TURISMO DE EXPERIÊNCIA</b>	<b>Ações em Campo Grande, MS</b>
	Projeto Aves Urbanas – Observação de Araras-Azuis ( <i>Anodorhynchus hyacinthinu</i> ) (monitoramento guiado com profissionais do Instituto Arara Azul)
	Circuito de cervejas artesanais (conhecer a fabricação de várias produções de cervejas campo-grandenses e ainda realizar a degustação in loco)
	Observação de aves e a biodiversidade nos parques da cidade, com guias especializados
	Feira Central para experimentar a gastronomia e cultura local
	Caminhada ao centro histórico de Campo Grande (Esplanada dos Ferroviários, Casa do Artesão, Comércio da Rua 14 de Julho e Calógeras e Mercado Municipal)
	Visitas aos museus de Campo Grande
	Trilhas ecológicas em parques urbanos e ambientes
	Observação do pôr do sol nas áreas urbanas (parques)
	Tomar o tereré (bebida típica de erva-mate, servida com água gelada)
	Caminhada no Parque dos Poderes e Parque das Nações Indígenas
	Visitação às nascentes dos rios
	Escutar as histórias dos moradores locais e suas diversas etnias existentes, incluindo as comunidades indígenas e quilombolas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme descrito e apresentado no quadro acima, cada um dos atrativos turísticos relacionados está envolto de experiências, memórias, sensações, sejam elas por meio do olfato, sejam elas por meio da visão, do paladar, da audição ou do tato, podendo, entre si, ser também combinadas e, com isso, multiplicadas as emoções, vivências e os sentimentos, além de estarem compostas por e com tessituras culturais, entrelaçamento entre os territórios, as territorialidades e os diversos tipos de desenvolvimento interligados ao segmento turístico.

De acordo com esse mapeamento dos atrativos e das potencialidades dos atrativos turísticos de Campo Grande, notou-se que existe sinalização a ser atribuída pelo Turismo de Experiência. As

experiências a serem vivenciadas num possível circuito de turismo nesta localidade requerem dos gestores a percepção e atenção para este quesito basilar. Porém, sentir e experienciar memórias, emoções, saberes e valores locais – vivenciar o cuidado e o respeito para com a região, suas culturas, sua gente e seu *habitat*, percebendo que estes se integram e ampliam na teia da vida como um todo – poderá contribuir no desafio de outras visões de mundo, de vida, ser humano e natureza, nesta troca de conhecimentos e saberes entre culturas diferentes.

Neste sentido, as trocas e os consequentes aprendizados realizados em práticas de atividades de Turismo de Experiência podem contribuir no ensejar de outras vivências e construção de novos referenciais em relação aos territórios e às territorialidades humanas como um todo, unindo-se ao desenvolvimento local, pensando-se nas questões relacionadas às culturas e suas alteridades.

De acordo com o que foi apresentado, evidencia-se que, no turismo mais tradicional e de massa, o turista se propõe a objetivos da viagem, ou seja, o que fazer, quando e onde fazer os serviços e as atividades padronizadas. As atividades são criadas para um prestador de serviços, isto é, sempre igual, os grupos são acompanhados de um guia de turismo, a viagem muitas vezes tem um efeito passageiro, e o mesmo destino ou atividade se vive de maneira similar. Já o Turismo de Experiência instiga os viajantes, despertando sensações, memórias, uma interação entre o núcleo emissor e receptor, juntando imaginação, emoção e conhecimento, de forma a promover relacionamentos com a comunidade local, uma vez que tanto os turistas como os hospedeiros podem adquirir novos significados, valores, conhecimentos e/ou costumes, via diálogos e encontros culturais.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O turista de experiência sempre procurará por algo pessoal para responder às suas satisfações interiores, e este tipo de turismo cria espaços para que essa pessoa mude. Como a pessoa lida com sentimentos, e novos conhecimentos foram adquiridos, existe uma oportunidade de criação de espaços e uma conexão para possibilidades de mudanças, tanto para ele como para o próprio morador local. A experiência turística, que já ocorre de modo ainda tímido nos espaços culturais campo-grandenses, faz com que o turista interaja 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.

Em Campo Grande, compreende-se que há possibilidades de implantação de Turismo de Experiência, sem ser preciso reinventar; a sugestão se afirma apenas em melhorar o que já existe. Ressalta-se que este segmento de turismo requer planejamento e organização qualitativa e diferenciada das atividades a recepcionar grupos de visita aos territórios, a interagir de forma factual com os sujeitos, as histórias e culturas locais – experiências exclusivas, memoráveis, partindo dos referenciais e saberes locais, como cultura, lendas, mitos, artesanato, em que as manifestações materiais e imateriais do local estejam presentes e sejam peculiares ao local, compartilhadas de forma mais genuínas e autênticas possíveis.

Acredita-se, portanto, que o turismo e a cultura, quando integrados e estimulados pelos moradores e visitantes, poderão fortalecer ainda mais o pertencimento da identidade e alteridade locais, além de melhorar a qualidade de vida e ser uma forma de fonte de renda. Quando se passa a conhecer os costumes, cultura e atividades de subsistência da comunidade local, é uma maneira de facilitar para que o turismo seja aproveitado também nos seus aspectos econômicos.

De acordo com o direcionamento dado pelo Plano Municipal de Turismo de Campo Grande (SECTUR, 2017) e por meio de levantamento de informações dos órgãos oficiais de turismo local, a capital vem se consolidando como polo para o desenvolvimento e atratividade no contexto nacional como receptor do turismo de eventos e negócios. Paralelamente a isso, acredita-se que o potencial cultural campo-grandense pode ser ainda mais valorizado por meio das experiências promovidas pelo turismo e, ao mesmo tempo, gerar renda e divisas para os próprios moradores locais.

A fim de que essa modalidade de turismo ocorra de forma organizada, surge o desafio para que sejam integradas políticas públicas e as instâncias de governança pública e privada, para a melhor experiência possível a turistas e visitantes. Para tanto, estudos e pesquisas são necessários para que as ações locais ocorram de forma eficiente. Nesse sentido, este assunto não se esgota; pelo contrário, abre um leque de possibilidades para novas empreitadas, valorizando sempre a identidade e alteridade local, elementares para qualquer experiência.

## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, M. de A. Do crescimento econômico ao desenvolvimento humano em tempos de globalização. *Revista Lusófona de Ciências Sociais*, Lisboa, n. 1, p. 73–83, 2004.
- BARQUERO, A. V. Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial Investigaciones Regionales*, Madrid, n. 11, 2007, p. 183–210, 2007.
- BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 10. ed. São Paulo: Ed. SENAC-SP, 2004.
- BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. *Revista de Odontologia da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265–74, 2006.
- BRAVO, R. S. *Técnicas de investigação social: teoria e ejercicios*. 7. ed. Ver. Madrid: Paraninfo, 1991.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CLAVAL, P. *A geografia cultural*. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2001.
- CUCHE, D. *A noção de cultura nas ciências sociais*. São Paulo: EDUSC, 1999.
- FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL (FUNDTUR). Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. *Anuário 2022: ano base 2021, dados estatísticos do estado de Mato Grosso do Sul*. Campo Grande: FUNDTUR, 2022. Disponível em [http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wpcontent/uploads/2019/07/ANUARIO\\_2022\\_BASE2021.pdf](http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wpcontent/uploads/2019/07/ANUARIO_2022_BASE2021.pdf). Acesso em: 2 jun. 2022.
- GARCIA, D. S. *Identidade cultural e imagem turística projetada da cidade de Campo Grande, Mato Grosso Do Sul*. 2013. 261 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.
- GONÇALVES, D. F. *Turismo de experiência, cultura e desenvolvimento: uma relação possível para o Pantanal Mato-Grossense na Sub-Região de Miranda*. 2016. 253f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2016.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. *Censo demográfico 2010: Mato Grosso do Sul – @Cidades*. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ms/campo-grande.html>. Acesso em: 26 maio 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. *Censo demográfico 2020: Mato Grosso do Sul*. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ms/campo-grande.html>. Acesso em: 26 fev. 2020.

JENSEN, R. *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. Nueva York: McGraw-Hill, 1999.

KIM, D. (Trad.). *O livro da Filosofia*. São Paulo: Globo, 2011.

LI, Y. Geographical consciousness and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, [s.l.], v. 27, n. 4, p. 863–83, out. 2000. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738399001127>. Acesso em: 23 fev. 2019.

LEFEBVRE, H. *The Production of Space*. Tradução de D. Nicholson-Smith. Oxford: Basil Blackwell, 1991.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MARCONDES, D. *Iniciação à história da filosofia: dos pré-socráticos a Wittgenstein*. 9. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005.

MAZUEL, L. Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru: EDUSC, 2000. p. 95–115.

MCCANNEL, D. Stage authenticity: arrangement of social space in tourist settings. *The American Journal Sociology*, Chicago, v. 3, n. 3, p. 589–603, 1973.

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)*. 2012. 264f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (Org.). *Turismo de experiência*. São Paulo: Ed Senac, 2010.

SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO [SECTUR]. *Plano Municipal de Turismo*. Campo Grande, MS, 2017. Disponível em: <http://www.campogrande.ms.gov.br/sectur/wp-content/uploads/sites/10/2017/08/PLANO-MUNICIPAL-DE-TURISMO.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2020.

STEPHEN, A. *Filosofia para apressadinhos: as maiores citações filosóficas de todos os tempos e o que as realmente significam*. Tradução de Jorge Ritter. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 2014.

TUAN, Y-F. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel, 1983.

### **Sobre as autoras:**

**Daniela Sottili Garcia:** Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Turismo e Gestão Pública. Professora adjunta do curso de graduação em Turismo e do Curso de Pós-graduação Lato Sensu em Gestão de Turismo na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Campo Grande. Integrante do grupo de pesquisa Fronteira, Turismo, Território e Região (GEOFRONTER). **E-mail:** [sottili@uems.br](mailto:sottili@uems.br), **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-1941-6853>

**Débora Fittipaldi Gonçalves:** Doutora em Desenvolvimento Regional pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB). Turismóloga e pedagoga. Professora adjunta do curso de Turismo na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Campo Grande. Integrante dos grupos de

pesquisa Ethos, Desenvolvimento e Alteridade (GPEAD), e Fronteira, Turismo, Território e Região (GEOFRONTER). **E-mail:** defittipaldi@uems.br, **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-4664-8174>

**Djanires Lageano Neto de Jesus:** Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Turismólogo, administrador e pedagogo. Professor adjunto do curso de Turismo e do Mestrado Profissional em Educação da UEMS, Campo Grande. **E-mail:** netoms@uems.br, **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-1434-5080>