

A ATUAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE TURISMO PEDAGÓGICO A PARTIR DO OLHAR DE AGENTES E GUIAS DE TURISMO ESPECIALIZADOS NO ESTADO DO PARANÁ (BRASIL)

Elizabete Sayuri Kushano*

Resumo

Para compreender a dinâmica dos diferentes tipos de turismo, é importante considerar os olhares de diversos atores sociais que os compõem. O presente trabalho teve como objetivo principal compreender o turismo pedagógico sob a perspectiva dos agentes e guias de turismo especializados no setor, com foco nas agências de turismo pedagógico no Estado do Paraná. A pesquisa, de cunho exploratório e qualitativo, utilizou a etnografia e entrevistas semiestruturadas para compreender e caracterizar as agências. Além disso, para vivenciar a atuação profissional, acompanhou um passeio pedagógico com um grupo de estudantes do 4º ano do ensino fundamental, acompanhado de professoras e de uma guia de turismo. A partir dos resultados, pode-se observar diversas singularidades do turismo pedagógico por meio do olhar dos entrevistados, dentre as quais destacam-se: a necessidade de competências e habilidades com crianças e adolescentes, bem como a atualização profissional e/ou experiência nas áreas do Turismo e da Educação. Ademais, o estudo concluiu que, para além das bases teóricas, a prática das agências de turismo pedagógico evidencia detalhes no planejamento e na gestão desse segmento turístico.

Palavras-chave: Turismo escolar; Turismo e educação; Turismo infanto-juvenil.

THE PERFORMANCE OF EDUCATIONAL TOURISM AGENCIES FROM THE PERSPECTIVE OF SPECIALIZED TOURISM AGENTS AND GUIDES IN THE STATE OF PARANÁ, BRAZIL

Abstract

To understand the various forms of tourism, it is essential to consider the perspectives of the different social actors involved. This study explores pedagogical tourism from the perspective of tourism professionals and guides specialized in this sector, focusing on agencies operating in the state of Paraná, Brazil. This exploratory, qualitative research and netnography employed semi-structured interviews, along with an analysis of company websites and social media profiles. The findings reveal several distinctive aspects of pedagogical tourism, as highlighted by the interviewees, including the necessity for specific skills when working with children and adolescents; the importance of ongoing professional development in both tourism and education; safety considerations; a three-stage sales process (involving schools, parents, and students); and the value of planning meetings to customize itineraries. In terms of challenges, participants noted that while educational tourism is a growing segment, it faces significant market competition. Furthermore, the study concluded that, beyond the theoretical bases, the practice of educational tourism agencies highlights key details in planning and managing this tourism segment.

Keywords: educational tourism; tourism and education; youth and children's tourism.

LA ACTUACIÓN DE LAS AGENCIAS DE TURISMO EDUCATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS AGENTES Y GUÍAS TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS EN EL ESTADO DE PARANÁ (BRASIL)

Resumen

Para comprender la dinámica de los distintos tipos de turismo, es importante analizar las perspectivas de los actores sociales que los integran. El objetivo principal de este trabajo fue comprender el turismo educativo desde la perspectiva de los agentes y guías turísticos especializados en el sector, con foco en las agencias de turismo educativo del Estado de Paraná. La investigación, de carácter exploratorio y cualitativo, utilizó la etnografía y las entrevistas semiestructuradas para comprender y caracterizar las agencias. Además, para vivenciar el desempeño profesional, se realizó una gira pedagógica con un grupo de estudiantes de 4to grado de primaria, así como docentes y un guía turístico. A partir de los resultados, es posible observar varias singularidades del turismo educativo a través de la mirada de los entrevistados, entre las que destacan: la necesidad de habilidades y destrezas con niños y adolescentes, así como la actualización profesional y/o experiencia en las áreas de Turismo y Educación. El estudio concluyó que, además de las bases teóricas, la práctica de las agencias de turismo educativo destaca aspectos clave en la planificación y gestión de este segmento turístico.

Palabras clave: turismo y escuelas; turismo y educación; turismo infantil y juvenil.

HOW TO CITE: Kushano, E. S. (2026). A Atuação das Agências de Turismo Pedagógico a Partir do Olhar de Agentes e Guias de Turismo Especializados no Estado do Paraná (Brasil). *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos / ABET*, v. 16, n. 1 (Edição Regular – Seção Temática: Turismo Pedagógico), 1 – 9, Jan./ Dez.

Retrieved from: <https://periodicos.ufpr.br/index.php/abet/article/view/48767>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18062787>

1 INTRODUÇÃO

Compreender um segmento turístico, como um todo, perpassa compreender os diferentes olhares que os atores sociais têm sobre ele. No que se refere às tipologias de turismo, por exemplo, o olhar de quem é turista, bem como o de quem planeja e executa o turismo, contribui para uma maior compreensão por parte de quem o planeja e o

executa, incluindo consultores, pesquisadores, gestores públicos e privados e investidores.

Nesse sentido, ao direcionar para o turismo pedagógico, importa compreendê-lo a partir do olhar dos professores, da coordenação pedagógica, dos estudantes, das mães/pais e/ou responsáveis, dos guias de turismo especializados na área, dos empreendedores de agências de turismo pedagógico, dos empreendedores e staff de



Licenciada por Creative Commons 4.0 / Internacional
CC BY 4.0

* Pós-doutora em Educação pela Universidade Federal Fluminense/UFRJ. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná/UFPR, com período sanduíche na Universidade do Minho, Portugal. Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Graduada em Turismo pela UFPR. Professora Associada na UFPR Setor Litoral. Leciona na graduação no curso de Tecnologia em Gestão do Turismo. Membro do Grupo de Pesquisas e Estudos em Geografia da Infância (GRUPEGI/Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF e UFF) e do Grupo de Pesquisa Turismo e Sociedade (UFPR). Foi consultora de turismo pelo SEBRAE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0012178721094020>; ID Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3076-3514>; [sayuri@ufpr.br]

espaços de turismo pedagógico, dos gestores públicos, entre outros.

Ao se debruçar sobre o turismo pedagógico, a proposta do presente manuscrito se ateve a compreender o segmento a partir do olhar de agentes e guias de turismo especializados no setor. Assim, buscou-se conhecer a atuação das agências de turismo pedagógico no estado do Paraná.

A metodologia utilizada foi a da pesquisa exploratória, netnográfica e qualitativa, com entrevistas semiestruturadas como instrumentos de coleta de dados, além do acompanhamento e da observação de um passeio pedagógico junto a uma das agências entrevistadas.

O presente trabalho está assim composto: a introdução, a base teórica sobre as raízes históricas e os conceitos acerca do turismo pedagógico; a metodologia proposta; os resultados e análise das entrevistas e as considerações finais.

2 COMPREENSÃO DO TURISMO PEDAGÓGICO PARTINDO DE SUAS RAÍZES HISTÓRICAS E SEUS PRINCIPAIS CONCEITOS E SIGNIFICADOS

Dados históricos apontam que, no final do século 17 e durante o século 18, as viagens aristocráticas pelo continente europeu eram consideradas componentes da educação dos jovens, que, abonados de tempo e dinheiro, exerciam a admiração pelo mundo das Artes, da História e dos elementos das estéticas da paisagem. Ademais, era interesse dos pais que seus filhos aprendessem pelo menos um idioma estrangeiro durante suas incursões.

As principais evidências da realização de viagens de cunho educacional datam do século XVIII, quando jovens aristocratas ingleses viajavam aos principais centros culturais da Europa, com o objetivo de aperfeiçoar seus estudos e seguir e consolidar suas carreiras profissionais. Essas viagens eram chamadas de “viagens de estudo” e caracterizavam-se pela presença de ilustres preceptores (Bonfim, 2010).

A categoria dos *grand tourists* se engendrava no contexto do Iluminismo e da Revolução Industrial na Europa. No entanto, é preciso compreender que, naquela época, as viagens eram sobretudo demoradas e careciam de infraestrutura para os componentes básicos dos deslocamentos turísticos contemporâneos, em especial no setor de transportes.

Dispondo de tempo e vivenciando a paisagem no que, contemporaneamente, se caracterizaria como *slow travel*, o *grand tourist* se esmerava em fazer anotações detalhadas sobre as viagens em seus diários de bordo. Era desejável que as memórias e experiências de viagens fossem publicadas, geralmente em livros, o que aumentava o status do *grand tourist* e o de potenciais viajantes a realizarem incursão similar. Assim, esperava-se que a viagem desempenhasse um papel primordial na educação cognitiva e perceptiva da classe alta, especialmente a inglesa (Urry, 1999).

A partir de relatos de viajantes à Itália, como o alemão Goethe, tem-se uma ideia do tempo, pois muitos passavam um ano ou mais em um *grand tour*; além dos objetivos dos jovens membros da nobreza ao viajarem, que incluíam, em

grande parte, seus escritos, muitos desses populares a época e considerados clássicos.

Já no final do século 18, o *grand tour* estava estabelecido entre os filhos da classe média urbana, composta por burgueses prósperos e emergentes do setor de serviços (Salgueiro, 2002). E o século 19 aponta para uma transformação das viagens, com o encurtamento delas, impulsionado pelo advento dos barcos a vapor e dos trens de ferro. As grandes transformações ocorreram após a Revolução Industrial, com a criação de uma classe média e o aumento do tempo livre, o que levou às grandes viagens turísticas da elite. Com efeito, o desenvolvimento do transporte ferroviário e da navegação a vapor inserido no processo da Revolução Industrial é um marco para o Turismo Moderno

2.1 Turismo pedagógico: conceitos e reflexões

Para vivenciar aulas fora da escola, uma das possibilidades de ensino e aprendizagem são as aulas-passeio de Freinet (1977) e o estudo do meio, em que pese que para alguns autores, esses dois conceitos são sinônimos.

A aula-passeio ou aula das descobertas ou ainda estudo do meio ou de campo é uma atividade que prioriza a relação entre o aluno e o ambiente, pois se compreende que o contato com diferentes espaços favorece aprendizagens aos alunos em diferentes áreas temáticas (Vergopolan et al, 2016). Tais aulas exigem planejamento, organização, método e prolongamento, para não perder o rumo pedagógico inicial. Elas devem incluir elementos lúdicos e de descontração para que os alunos aprendam com diversão.

A aula-passeio na pedagogia de Freinet é um recurso pedagógico que visa à compreensão da relação entre teoria e prática, à produção do sentido pessoal humanizador nas atividades realizadas em sala e à construção de novas formas de pensar e agir sobre o mundo, o que inclui o pensar e agir no espaço da escola (Barro e Vieira, 2019).

Com relação ao estudo do meio, o aluno expressa o desejo de compreender o espaço do qual faz parte, bem como os espaços mais distantes, que aguçam seu desejo de conhecer. É a partir de referências construídas no processo de apreensão daquela realidade, por meio de comparações, que as crianças e os adolescentes alcançam essa compreensão (Pontuschka, 2004).

E o que seria o meio?

O meio é toda aquela realidade física, biológica, humana que rodeia os alunos, estando ligados a ele de uma maneira direta, através da experiência e com a qual estavam em intercâmbio permanente. Não se pode, portanto, precisar os limites do meio, porque à medida que a criança cresce seus relacionamentos com a realidade que a rodeia se tornam imperiosos. O meio é cada vez mais amplo e se estende: meu quintal, minha rua, meu bairro, meu lugarejo, os arredores do meu lugarejo (Nidelcoff, 1979, p. 10).

Na prática, presenciamos a popularização do termo “estudo do meio”, sem uma reflexão consistente. Assim, são considerados estudos do meio desde uma saída de alunos e professores cujo objetivo principal seja o entretenimento

até trabalhos interdisciplinares que demandem pesquisas de campo, bibliográficas, iconográficas, que naturalmente demandam mais tempo de trabalho individual e coletivo (Pontuschka, 2004). Importa saber que o termo 'estudo do meio' também é comumente utilizado pelas agências de turismo pedagógico pelo Brasil afora.

O turismo pedagógico é assim chamado devido a sua característica peculiar de ocorrer no período letivo e não no período de férias como em outros segmentos convencionais. Sendo assim, define-se como "uma modalidade de turismo que serve às escolas, em suas atividades educativas" (Andriolo e Faustino, 1999, p. 165). Ainda, para Lima (2014, p.208), uma forma de "vivenciar/conhecer o novo, o outro, em experiências relacionais fora do local de experiência cotidiana, constituindo-se em um espaço de contínua construção, formação e transformação do sujeito, que passa a ter novas percepções do outro e de si mesmo".

Em algumas nações, é comum o termo turismo estudantil, utilizado muitas vezes como sinônimo de turismo pedagógico, outras vezes mais relacionado a viagens estudantis para formaturas e outros tipos de eventos. O Ministério do Turismo (2010) destaca o termo "Turismo de Estudos e de Intercâmbios", relacionando-o ao turismo pedagógico, ao turismo estudantil e ao turismo de intercâmbios, este último, geralmente em países diferentes, com ênfase nos estudos de língua estrangeira e em cursos de formação.

Especificamente sobre o turismo pedagógico, Lima (2014, p. 209), a partir de uma análise bibliográfica, chegou ao seguinte conceito:

É uma atividade / prática pedagógica / educativa / educacional que envolve algum tipo de deslocamento (viagem, visita, passeio, excursão), promove interação com o meio, vivências, experiências, conhecimento de espaços novos e promove aprendizagem, na prática, do que foi visto (conteúdos curriculares) teoricamente em sala de aula.

Complementarmente, a partir do estudo de Lima et al (2020), em que se questionou o binômio turismo pedagógico, foi proposto que "atividade pedagógica pelo turismo" seria um termo mais apropriado. O estudo realizou levantamento bibliográfico de artigos científicos brasileiros publicados em periódicos e/ou apresentados em eventos científicos, entre os anos de 2005 a 2017. Utilizou-se de abordagem metodológica hermenêutica, com foco nas relações conceituais emergentes do binômio turismo pedagógico, tendo analisados 17 manuscritos para compreender o que o se entendia por turismo e por pedagógico a partir deles. Os achados da pesquisa, em que pese o recorte histórico, apresentaram uma divergência de olhares sobre o turismo pedagógico, desvelando-o ora como um segmento de mercado, ora como uma viagem de estudo ou excursão escolar; também como turismo apresentado a partir de uma prática cultural, ambiental e patrimonial, além de uma mediação entre sujeito e ambiente, com base em teorias socioculturais e em conhecimento construído pela interação e pela vivência.

Devido aos objetivos do presente trabalho, o turismo pedagógico está pautado aqui como segmento de mercado,

tendo em vista que se debruçou na atuação dos agentes e guias de turismo pedagógico no Estado do Paraná.

Isso posto, há que se notar, ressalvas em relação ao profissionalismo e a ética das agências de turismo pedagógico, como já destacava Pontuschka, no início dos anos 2000 (2005, p. 249):

Ao lado das empresas organizadoras de excursões culturais ou ecológicas, existem aquelas que realizam também estudos do meio para escolas particulares. Apesar de existirem algumas empresas que se comprometem com trabalho sério embasado em pesquisa de campo e formando professores para exercer a monitoria, não condizem com objetivos educacionais da escola pública. Por outro lado, existem empresas interessadas tão somente nos lucros que esse tipo de trabalho pode oferecer.

Assim, ao eleger como parceira uma agência de turismo pedagógico, faz-se necessário o entendimento e os procedimentos éticos tanto na área do Turismo quanto na da Educação, que proporcionem uma visão interdisciplinar, qualificada e com experiência no segmento, que tem características e singularidades próprias, como, por exemplo, a faixa etária.

É válido mencionar que a Lei Geral do Turismo (2024), em seu Artigo 27, e parágrafo 1º caracteriza agência de turismo como:

Art. 27. Considera-se agência de turismo a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre prestadores, consumidores e usuários de serviços turísticos ou que fornece diretamente esses serviços.

§ 1º A intermediação a que se refere este artigo abrange o agenciamento, o assessoramento, o planejamento, a organização, a promoção, a contratação e a operação dos serviços intermediados, isolados ou conjugados, individuais ou coletivos, inclusive os fretamentos e os bloqueios, totais ou parciais, de meios de transporte, de hospedagem, de cruzeiros aquaviários e afins.

O turismo pedagógico pode ser praticado por pessoas de qualquer faixa etária; porém, é comumente associado a crianças e adolescentes.

Para o público infantil, há se ter cuidados redobrados com as questões de seguridade física, como salientou Kushano (2013, p.140) ao conceituar Turismo Infantil:

É o turismo praticado por crianças e planejado para as mesmas; estejam elas em grupos de sua própria idade ou acompanhadas de pais e/ou responsáveis; sendo os acampamentos de férias, os acantonamentos, a hospedagem em hotéis de lazer e resorts, a diversão nos parques temáticos e a prática do **turismo pedagógico** as principais atividades relacionadas ao mesmo. Nessa forma de turismo, há necessidade de maior supervisão de **profissionais**, como também, adequação de produtos e serviços para atender as crianças com **segurança** e qualidade, proporcionando a elas percepção de novas paisagens, desenvolvimento pessoal, conforto, diversão e aprendizados culturais (grifos nossos).

Ademais, pode-se acrescentar que o turismo pedagógico proporciona vivências, aprendizagens, estreitamento de laços familiares, autonomia e sentimento de cidadania (Kushano, 2023).

Para a prática de um turismo pedagógico sensível às suas demandas, a Sociologia da Infância pode corroborar seus enunciados, especialmente ao promover a construção de um saber não adultocêntrico acerca das crianças, ressaltando a infância como categoria social e as crianças enquanto membros da sociedade, atores sociais e agentes de cultura. Nesse sentido, Sarmiento (2005, p.25), salienta que:

[...] a infância não é a idade da não-fala: todas as crianças, desde bebês, têm múltiplas linguagens (gestuais, corporais, plásticas e verbais) por que se expressam. A infância não é a idade da não-razão: para além da racionalidade técnico-instrumental, hegemônica na sociedade industrial, com a incorporação de afectos, da fantasia e da vinculação ao real. A infância não é a idade do não-trabalho: todas as crianças trabalham, nas múltiplas tarefas que preenchem os seus quotidianos, na escola, no espaço doméstico e, para muitas, também, nos campos, nas oficinas ou na rua. A infância não vive a idade da não-infância: está aí, presente nas múltiplas dimensões que a vida das crianças (na sua heterogeneidade) continuamente preenche.

Assim, não se pode prever que a experiência de uma viagem seja a mesma para adultos e crianças e adolescentes. Para os adultos, por exemplo, o turismo pode representar uma fuga da vida cotidiana, porém para as crianças, é uma forma de se conectar e explorar o mundo real (Zhong & Peng, 2021). Ademais, os adultos com vagas memórias de infância podem ter dificuldade em compreender como as crianças se sentem em relação ao turismo e as posições dos adultos podem ser contrárias às das crianças (Zhong & Peng, 2021). As perspectivas das crianças refletem ainda os seus próprios encontros com o mundo, independentemente das influências dos adultos (Sommer et al, 2010).

Ainda é necessário, em um cenário global, considerar as opiniões das crianças sobre o turismo pedagógico/educativo. De fato, pouco se pergunta sobre os sentimentos das crianças e jovens a respeito da atividade turística (Koščak et al, 2025; Kushano, 2023; Crick, 1989). Valorizar essas perspectivas gerará uma compreensão mais holística dos encontros turísticos, integrando os aspectos sensoriais, cognitivos, emocionais e comportamentais de crianças e adolescentes (Zhiyong et al. 2024).

Mais do que uma experiência, podemos afirmar que o turismo pedagógico tem potencial para contribuir para a vivência turística na infância. Partindo do conceito de vivência (em russo, *perejivanie*), que o pensador biolorrusso Vigotski (2010; 2018) e demais pesquisadores do seu grupo criaram, no primeiro quartel do século XX, e, ainda ecoa com grande força na contemporaneidade. Para esse grupo, vivência diz respeito a como cada indivíduo sente, percebe, se relaciona e vivencia uma experiência social e a transforma em própria, singular no seu existir. A vivência constitui-se em processos fronteiros entre o ser singular e

suas experiências coletivas, que ao serem reelaboradas, gestam os processos que interferem no movimento de humanização.

Nesse sentido, o turismo pedagógico pode ser percebido como um processo social e cultural, “mediado pelo existir de cada um, que é sempre coletivo” (Lopes, 2021, p.100). Para exemplificar, em uma turma do 8º ano do ensino fundamental, durante uma visita a um museu, todos experienciaram o mesmo roteiro pedagógico, os mesmos protocolos e as mesmas narrativas. Porém, como cada um, subjetivamente, percebeu e sentiu a experiência, se transpõe para a vivência daquele dia no museu.

Na realidade das escolas públicas brasileiras é sabido que para os estudantes terem aulas fora da escola, há a necessidade de esforços conjuntos (coordenação pedagógica, professores, setor de serviços, entre outros) para a logística em termos de transporte, alimentação, busca de gratuidade ou descontos nas entradas de determinados atrativos e/ou empreendimentos, além de uma carga extra de esforço de professoras e professores, que, muitas vezes, planejam e operacionalizam tais aulas, por amor.

Importa saber que não há obrigatoriedade legal de contratar uma agência de turismo pedagógico, bem como um guia de turismo cadastrado no Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), para as viagens com fins educacionais organizadas por instituições de ensino. Todavia, o conforto, a logística de transporte, alimentação e hospedagem, além da segurança que as agências de turismo pedagógico qualificadas oferecem, especialmente por proporcionarem acompanhamento durante todo o percurso de pelo menos um guia de turismo cadastrado, agregam confiabilidade aos envolvidos: escola, professores, estudantes e pais e/ou responsáveis. Nesse sentido, as escolas privadas costumam optar pela contratação de agências especializadas para realizarem suas propostas pedagógicas de aulas passeio e estudos do meio.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa consistiu, por sua natureza, em ser exploratória e qualitativa.

A pesquisa exploratória, para Gil (1999), tem como objetivo principal apresentar, explicar e alterar conceitos e ideias, considerando a elaboração de problemas específicos ou de hipóteses pesquisáveis para investigação posterior. “De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento” (Gil, 1999, p.43).

A classificação quanto à abordagem se deu por meio de uma pesquisa qualitativa que se baseia na análise e descreve o fenômeno em sua complexidade, sem recorrer à quantificação. Tendo como um de seus objetivos proporcionar maior familiaridade com o tema, buscando torná-lo mais explícito e claro. (Gil, 1999).

Ainda no âmbito da classificação em relação a abordagem da pesquisa, foi utilizada a netnografia aplicada no estudo para conduzir a coleta de dados disponíveis em ambientes on-line (Fragoso et al., 2011).

A partir da coleta de dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, que podem ser consideradas uma conversa com propósito (Moreira e Caleffe, 2006).

A entrevista semiestruturada é o meio-termo entre a entrevista estruturada e a entrevista não-estruturada. Dessa forma, o entrevistador é livre para deixar os entrevistados desenvolverem as questões da maneira que quiserem. É possível exercer um certo controle sobre a conversação, embora se permita ao entrevistado alguma liberdade. Permite o esclarecimento de qualquer tipo de resposta quando necessária; é mais fácil de ser analisada do que a entrevista não estruturada, mas não tão fácil quanto a entrevista estruturada (Moreira; Caleffe, 2006).

Por meio de técnicas de netnografia, foram encontradas informações sobre agências de Turismo Pedagógico existentes no Paraná, a partir de seus sites oficiais ou de redes sociais ativas e cadastradas no CADASTUR. Foram enviados e-mails e contatos via redes sociais, incluindo o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp. De 8 agências encontradas, apenas 4 agências retornaram as comunicações, que ocorreram entre agosto e outubro de 2024. A partir disso, foram realizadas entrevistas via aplicativos de videoconferências. Serão denominadas de agências A, B, C e D: a agência A, localizada em Curitiba; a agência B, localizada em Maringá; a agência C, localizada em Campo Largo e a agência D, também localizada em Curitiba.

Devido a um número relativamente baixo de agências encontradas no Estado do Paraná e, sobretudo, do retorno das mesmas, e tendo em vista um método comparativo, focado na visão dos agentes de turismo especializados em Turismo Pedagógico, foi realizada entrevista com um guia de turismo que atua em duas agências de turismo pedagógico no Estado de São Paulo. A busca foi realizada por meio de pesquisa sobre guias de turismo especializados em Turismo Pedagógico, e o entrevistado foi selecionado devido ao portfólio eletrônico disponibilizado.

Ademais, acompanhou-se um passeio pedagógico, organizado por uma agência de turismo pedagógico, para estudantes do 4º ano do Ensino Fundamental de uma escola pública. A técnica foi a observação, que consiste na coleta de dados por meio da observação direta de indivíduos, grupos ou fenômenos (Gil, 1999).

4 RESULTADOS E ANÁLISE

Partindo de um roteiro da entrevista semiestruturada, que continha perguntas sobre tempo de atuação, profissionais envolvidos, escolas atendidas, principais parceiros, diferenciais, desafios e rentabilidade, apresentam-se as respostas. Anteriormente, foi apresentada uma introdução para ressaltar os objetivos da pesquisa.

A agência A, localizada em Curitiba, com endereço físico e site oficial. O proprietário é pedagogo e guia de turismo e atua há mais de 27 anos no mercado, que avalia estar em ascensão.

Ao ser perguntado sobre os diferenciais de sua agência, menciona que ter formatado os roteiros junto ao primeiro colégio atendido, o que incluiu a participação da coordenação pedagógica e dos professores, constitui, até o presente, um grande diferencial, além das reuniões de planejamento pedagógico realizadas em momento anterior à execução dos roteiros.

O entrevistado atende, em média 45 escolas em Curitiba, grande maioria particulares. Menciona que atendeu a poucas escolas públicas. Um dos entraves diz respeito à realização dos projetos não atingirem todos os estudantes da escola pública, devido à questão de custos, e que, por esse motivo, educadores e coordenadores pedagógicos acabam, muitas vezes, desistindo das aulas fora da escola.

Destaca que atende desde o Ensino Infantil, geralmente em passeios mais curtos e em espaços de turismo pedagógico adequados à primeira infância. Assim, ressalta que as parcerias com espaços, desde acampamentos, até empreendimentos de turismo rural pedagógicos, são importantes para a consolidação de um produto final de qualidade.

O entrevistado cita como um desafio atual a concorrência com determinadas agências de turismo pedagógico, que chamou de predadoras, geralmente de maior porte, que investem mais em marketing e possuem filiais. Por fim, destaca que é preciso compreender que cada grupo de estudantes é único e que deve sempre se adaptar para ter êxito.

A agência B, localizada em Maringá – PR, atua no mercado desde 2003 e é formada por 3 guias de turismo cadastrados no EMBRATUR: um pedagogo, outro professor aposentado e um turismólogo. Um dos sócio-proprietários, que concedeu a entrevista, é bacharel em Turismo e guia de turismo.

Segundo o entrevistado, a agência atende escolas de Maringá, Londrina, Guarapuava e Campo Mourão, e até mesmo de outros estados, como Mato Grosso. Menciona que 99% das escolas são particulares, destacando que as escolas públicas são raras e que o campeão de vendas é composto por roteiros de 2 dias com 1 pernoite. O mesmo avalia que, na região noroeste e no norte do PR, ainda há necessidade de mais espaços parceiros para a prática do turismo pedagógico e que os existentes são de pequeno porte.

O representante da agência B reflete que os principais concorrentes das agências são as próprias escolas. Pois algumas visam ao lucro e não valorizam os serviços de uma agência, que segundo ele, são importantes, especialmente por questões burocráticas, de logística e de segurança.

Referente ao público, o entrevistado salienta que há mais alunos do ensino Fundamental I e II e do Ensino Médio e que é importante se adequar ao perfil do colégio. Quanto à dinâmica dos projetos apresentados às escolas e como trabalham para a confiabilidade, salienta que:

Os projetos não são engessados. Podemos trabalhar um mesmo destino, mas com diferentes projetos de aprendizagem. Vamos na escola, conversamos com os professores. A preparação ocorre antes, durante e depois da viagem. Ou seja, precisa fidelizar: escolas, alunos e pais. Tem que vender para esses três públicos. Estamos trabalhando com as joias raras dos pais (Entrevistado agência B).

Complementa mencionando que é preciso gostar de crianças, que muitas têm restrições específicas, como as alimentares, e que os pais fazem pedidos específicos para as viagens.

Ademais, alerta que algumas agências têm feito propostas diretamente aos alunos, o que é um tema sensível sob a perspectiva ética. Além disso, cita que algumas escolas acabam transferindo a responsabilidade para os pais decidirem sobre a viagem, com base em duas propostas de agências. Muitas vezes fecham pelo valor mais alto, pois confiam no histórico do relacionamento. Outras vezes, fecham com a proposta financeiramente mais baixa. Quando se arrependem, voltam a contratar a agência com a qual eram parceira no próximo ano.

O entrevistado menciona outro desafio referente à necessidade do mercado ter mais profissionais capacitados para o turismo pedagógico, pois acredita que contratar um guia de turismo sem experiência ou sem formação pedagógica pode implicar que ele não se adeque ao público e às propostas do turismo pedagógico. Por fim, destaca o fator de segurança e informa que adquiriu frota própria, visando melhorar ainda mais a segurança e as comodidades aos clientes, o que considera um grande diferencial da empresa.

A agência C, localizada em Campo Largo, foi inaugurada em 2012. A empresária proprietária foi professora, coordenadora pedagógica e diretora de escola, e se especializou por meio de cursos na área de turismo e de formação em guia de turismo. As principais escolas atendidas pela agência são as públicas do município de Campo Largo. Atende grupos de estudantes desde a educação infantil ao ensino médio.

A entrevistada menciona que há uma grande diferença quando o professor que acompanha o grupo de estudantes está comprometido com a aprendizagem. Como desafios do segmento, salienta que, em geral, as pessoas estão muito ansiosas e imediatistas. Que mudam de ideia com frequência e que essas dificuldades são percebidas especialmente pelos grupos de pais dos estudantes. Como características importantes para o sucesso no turismo pedagógico, destacam-se o amor pelos estudantes, o comprometimento com o pedagógico e a entrega sempre do que há de melhor em termos de qualidade nos serviços dos parceiros.

Sobre os principais concorrentes, a entrevistada diz que não tem concorrência direta, pois já tem escolas parceiras há anos na região metropolitana de Curitiba. Referente aos diferenciais da agência, salienta-se a clareza nos contratos, a obrigatoriedade de autorização dos pais, a inclusão de seguro-viagem, o acompanhamento de guia de turismo durante todo o percurso, bem como a contratação de guia de turismo regional, privilegiando aqueles que têm formação em Pedagogia e/ou experiência no segmento do turismo pedagógico.

A entrevista foi concedida no dia 31 de outubro de 2024 por meio de videoconferência. No dia 7 de dezembro de 2024, a pesquisadora acompanhou a agência C junto a um grupo de estudantes e professores do 4º ano de uma escola pública, o que fez com que as crianças ficassem atentas, e muitas foram gentis, sempre aplaudindo a guia, que expressou estar emocionada com o carinho e a atenção dos estudantes.

Ainda, durante o percurso, a empresária e guia confidenciou que esteve internada por pouco mais de uma semana e que isso gerou algumas alterações e

cancelamentos de viagens nesse período. Na ocasião ela fez um pedido:

“Acréscita na entrevista que te dei que, muitas vezes, passamos por falta de empatia com pessoas que nos conhecem há anos, e que outras, que não nos conhecem, conseguem compreender e ver o nosso lado também. Então, os desafios maiores para trabalhar com turismo são as relações interpessoais, as negociações e lidar com a falta de empatia de algumas pessoas”
(Entrevistada Agência C)

O percurso de trem teve duração aproximada de 4 horas. Depois de desembarcarem do trem, um guia de turismo regional já estava a postos na estação ferroviária de Morretes para recepcionar o grupo e o encaminhou para um breve reconhecimento do local.

Em seguida, durante o almoço, percebeu-se todo o cuidado na distribuição dos estudantes no restaurante, bem como na logística de atendimento. Na ocasião, a proprietária da agência mencionou que contrata buffet sem camarão para evitar questões de alergias e um pedido frequente dos pais dos estudantes.

Após o almoço, a visita ocorreu em um empreendimento cujo enfoque é a Geografia e a História do Paraná, através de uma maquete do Estado e de interações com condutor do local. Posterior a essa visita, o grupo foi a Antonina, onde visitou alguns atrativos culturais e finalizou o roteiro em uma fábrica de bala de banana.

As crianças aparentavam estar satisfeitas com o dia que tiveram, foram registrados momentos de deslumbramento com a paisagem, tanto a bordo do trem, quanto nas cidades visitadas. Foi curioso perceber que grande parte delas fez questão de ir às compras em lojas de souvenirs e artesanatos.

O retorno do grupo ocorreu por volta das 16h30, em ônibus, que desceu para acompanhar o grupo no trajeto entre as cidades e a subida a Campo Largo.

Durante todo o acompanhamento, percebe-se a necessidade de cuidar sempre dos estudantes para evitar dispersão. Também se percebeu que é necessário deixar claro o papel de cada um, para não responsabilizar o outro por qualquer desatenção. Notou-se que o planejamento prévio e confirmação anterior dos serviços foram fundamentais para que tudo ocorresse da melhor forma possível, sem qualquer tipo de atraso ou contratempo, driblando até mesmo as condições climáticas.

No dia 16/12, ao recebermos um feedback de agradecimento, fomos informados pela filha da proprietária e guia de turismo de que ela havia falecido no dia anterior. É incerto o retorno das atividades da agência até o início de 2025, porém, conforme as palavras da filha: *“ela honrou com todos os compromissos da agência, fez as últimas viagens agendadas e partiu”*.

A agência D, localizada em Curitiba, atua desde 2016. Em que pese que o *slogan* da agência seja o turismo pedagógico, a mesma não deu continuidade ao segmento e tem atuado no turismo de lazer.

A ideia da agência surgiu de um professor de Biologia, que atuava em escola pública estadual, que, em parceria com um outro colega, da área da Geografia, iniciou o

planejamento das propostas de turismo pedagógico, todavia, não se especializou com cursos na área do Turismo.

Segundo o entrevistado, um dos então sócios e idealizadores do foco no turismo pedagógico, a dificuldade de entrar no mercado em Curitiba, sobretudo de ter acesso às escolas particulares, prejudicou a continuidade do projeto. Atuaram por um ano com as escolas públicas; porém, devido à questão social de muitos estudantes, os roteiros eram de baixo custo, o que não compensava financeiramente a manutenção da agência.

Mesmo não sendo mais o foco da agência, o entrevistado menciona que o mercado está em franca ascensão e que talvez poderia mudar para a Região Metropolitana de Curitiba. Indica que a segurança financeira é o principal aspecto positivo de trabalhar com o turismo pedagógico, pois os passeios e as viagens são fechados todos no início do ano, com um planejamento anual do que a agência irá executar. Também, o sonho da divulgação do conhecimento, especialmente, por serem professores e desejarem formas mais dinâmicas de promover o conhecimento.

Menciona que trabalhar com o turismo tem muitos desafios, como por exemplo, acidentes ou problemas de saúde que podem acontecer durante a viagem, destacando a importância de sempre ter seguro-viagem. Ademais, alerta para a questão dos parceiros e relata um caso ocorrido em uma viagem ao Rio Grande do Sul, em que contrataram um ônibus de Santa Catarina e pagaram um adiantamento; porém, o contratado descumpriu o contrato e não realizou a viagem, deixando 50 turistas frustrados, tendo sido necessária a remarcação para outra data ou até mesmo a devolução do dinheiro a alguns clientes que não poderiam ou não aceitaram viajar no período remarcado.

Destaca que, no período em que atuou junto aos estudantes das escolas públicas, percebeu que, para eles, as aulas fora da escola eram muito memoráveis. Reflete que, para os estudantes de escolas particulares, provavelmente, a realidade é outra, pois estão acostumados às viagens nacionais e internacionais, em família; e que, assim, o diferencial para esses seria as viagens junto com os amigos. Todavia, para os estudantes de escolas públicas, muitas vezes aquele passeio pode ser o primeiro de toda a vida ou o único durante muitos anos.

A partir dos resultados, pode-se perceber que as agências de turismo pedagógico apresentadas que atuam no mercado têm em comum: sabem que é imprescindível o conhecimento e/ou formação na área do Turismo, como também da Pedagogia. A experiência apenas em Pedagogia, por exemplo, sem as técnicas do turismo, especialmente no curso de Guia de Turismo, pode fragilizar a prestação de serviços. Ficou claro também que, para fidelizar as escolas, o serviço tem que ser realizado com qualidade e planejamento prévio, com reuniões com a coordenação pedagógica e, durante a execução, com muita atenção aos fatores de segurança, à alimentação e à comunicação com os pais.

Também, quanto à concorrência, por ser um segmento em ascensão, dois dos entrevistados citaram as agências de turismo pedagógico de grande porte, com matrizes, geralmente em cidades grandes e que tem filiais ou atuam em diferentes regiões brasileiras. Essas muitas vezes têm

preços competitivos, mas podem não oferecer reuniões prévias de planejamento pedagógico para as viagens.

A essas análises e resultados corroboram as reflexões de Rafael Silva, conhecido como Zipão, guia de turismo, que proferiu comunicação sobre o turismo pedagógico no programa Tours que Educam (2023) e em entrevista à pesquisadora no dia 30/08/2024. O referido é guia de turismo, na ocasião da entrevista estava cursando Pedagogia e atuava em duas agências de turismo pedagógico em São Paulo e Campinas (SP).

Segundo o entrevistado, é importante entender o conceito da escola, a construção pedagógica para não ir contra à filosofia da escola. Escolas tecnicistas, progressistas (nova pedagogia, educação 5.0), religiosas entre outras. O entrevistado menciona que, nas agências onde trabalha, há uma pessoa responsável pela ponte pedagógica, que é o diálogo entre escola e agência.

Quanto ao público, menciona que é composto em mais de 90% por escolas privadas. Ao ser indagado sobre as escolas públicas, relatou a experiência de uma professora de São José dos Pinhais (PR), que conseguiu o ônibus para o Jardim Botânico de Curitiba, para 40 estudantes, porém, somente foram 20. Conversando com os pais, alguns disseram: "Não levei porque meu filho ia ver uma realidade que não é a dele"; "Meu filho não tinha dinheiro para o lanche (sendo que teria avisado que era o lanche da escola)".

Ainda, quanto ao público, destaca-se a necessidade de adequar-se, ser maleável e flexível. Para ter um retorno favorável, o guia menciona: "é preciso estudar, estudar e estudar. Não basta só gostar de crianças." Também destaca a questão ética em não "queimar" os colegas de profissão e diz que todos precisam estar dispostos: "quanto se está disposto a aprender, está disposto a ensinar".

Sobre a questão financeira, o entrevistado considera que para os guias de turismo, o turismo pedagógico é proporcionalmente mais lucrativo do que para o guia de turismo tradicional, principalmente porque trabalha nos dias de semana, enquanto, comumente, os demais guias trabalham aos finais de semana.

Saber lidar com as questões comportamentais de alguns estudantes é um dos desafios. Corroborando com a literatura apresentada, bem como com os demais entrevistados, Rafael menciona que as agências trabalham com a questão da segurança, do cuidado, do amparo, do transporte de qualidade, do seguro-viagem, além de hotel e refeições já testados e aprovados.

A partir de todo o campo realizado, retomam-se os conceitos de vivência (Vigotski, 2010; 2018) junto aos estudantes e demais envolvidos em todo o processo do turismo pedagógico, percebendo a qualidade da experiência e a subjetividade de vivenciá-la.

A vivência no turismo pedagógico, compreendida, em linhas gerais, como o estudo do meio, reafirma os postulados de Pontuschka (2004) ao evidenciar como o meio pode ser mais e além para os estudantes. As incursões de aprendizagem possibilitam sua gênese no próprio bairro e o desenrolar de uma viagem de 3 dias, com a prática do turismo pedagógico.

Ademais, a observação de estudantes em um passeio pedagógico corroborou com a análise das especificidades do turismo voltado para crianças, especialmente em se

tratando de segurança, autoestima e convivência (Kushano, 2013; 2023), como também ao reafirmar que as experiências de uma viagem para a faixa etária, possui parâmetros diferentes de avaliação, sentimentos e emoções (Zhong & Peng, 2021), evitando, dessa forma, o adultocentrismo (Sarmiento, 2005), convocando o trade a planejar e gestar as atividades turísticas para as crianças e adolescentes, de forma humanizada e com especial cuidado e atenção às suas individualidades e idiosincrasias.

Nesse sentido, com o objetivo de analisar a atuação das agências de turismo pedagógico, pautou-se na segmentação de mercado, no entanto, apresentou experiências sensíveis de vivências.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo pedagógico conforme apresentado em seus conceitos e significados, está em consonância com a prática da atuação das agências pesquisadas. Ao se realizarem as entrevistas, um grau de profundidade no planejamento e operação das agências de turismo pedagógico foi percebido. Ou seja, permitiu-se compreender melhor a vivência de quem está no front office do turismo pedagógico e como esse front office é percebido por esses agentes sociais do turismo.

Ficou claro que a maioria das agências de turismo pedagógico atua com escolas privadas. A exceção ocorreu com a agência C, que afirmou que seu foco são as escolas públicas.

Os entrevistados mencionaram alguns dos percalços à não realização de projetos junto às escolas públicas. De fato, para se propor um turismo pedagógico inclusivo, que seja para todas as crianças, classes sociais e necessidades especiais há que se ter parcerias, por exemplo, com a Secretaria de Cultura, de Turismo e de Educação. Além, de apoio, incentivo e flexibilização de horários junto aos educadores. Também, como visto, é preciso conversar com as mães, pais e responsáveis sobre a importância da participação dos estudantes em atividades 'fora muro das escolas', muitas vezes logo na primeira reunião do ano.

Pensar em formas e alternativas para que as crianças de escolas públicas também possam desfrutar de uma escola além dos muros, com proposta consistente, que alie a profissionalização das agências de turismo pedagógico credenciadas, deveria fazer parte de programas e leis de política pública.

Evidenciou-se entre os entrevistados que para atuar no turismo pedagógico, os seguintes aspectos são destacados: a necessidade de competências e habilidades com crianças e adolescentes e a atualização profissional na área do Turismo, bem como na Educação; os fatores de segurança em todos os componentes da viagem; a venda em 3 etapas (escola, pais, estudantes); a inclusão de reuniões para planejamento personalizado dos roteiros.

Ademais, referente aos desafios, os entrevistados expressaram que o segmento do turismo pedagógico está em ascensão, todavia, é preciso contornar questões referentes à competitividade do mercado, assim como saber lidar com pessoas e com imprevistos inerentes à prática da atividade turística.

Estudos complementares a esse são importantes para compreender os demais olhares que, em uníssono, se somam ao turismo pedagógico e, de fato, como ele acontece em sua dinâmica, que perpassa aspectos socioculturais, ambientais, econômicos, políticos e até mesmo psicológicos. Assim, cabem estudos para a compreensão do olhar dos estudantes, dos pais, mães e/ou responsáveis, dos educadores, dos gestores escolares, dos gestores de espaços de turismo pedagógico, dos gestores públicos, entre tantos outros.

REFERÊNCIAS

- Andrioli, A., & Faustino, E. (1999). Educação, turismo e cultura: A experiência de estudantes paulistas em Urucunga. In A. B. Rodrigues (Ed.), *Turismo: Desenvolvimento local* (pp. 164–178). Hucitec.
- Barros, F. C. O. M. de, & Vieira, A. M. de S. (2019). A aula-passeio como experiência vivida: Freinet no ensino superior. *Revista Internacional de Formação de Professores*, 4(4), 79–91. <https://periodicoscientificos.itp.ifsp.edu.br/index.php/rifp/article/view/122>
- Bonfim, M. V. de S. (2010). Por uma pedagogia diferenciada: Uma reflexão acerca do turismo pedagógico como prática educativa. *Revista Turismo Visão e Ação*, 12(1), 114–129. <https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056080007.pdf>
- Brasil, Ministério do Turismo. (2010). *Turismo de estudos e intercâmbio: Orientações básicas* (2ª ed.).
- Braga, G. H. (2014, 7 de outubro). *Turismo pedagógico cresce no Brasil: Com viagens programadas dentro do calendário escolar, segmento é opção para agências faturarem na baixa temporada*. Ministério do Turismo. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-pedagogico-cresce-no-brasil>
- Crick, M. (1989). The hippy in Sri Lanka: A symbolic analysis of the imagery of school children in Kandy. *Criticism, Heresy and Interpretation*, (3), 37–54.
- De Lima, F. (2014). *Incursões reflexivas sobre o conceito de turismo e a qualificação "pedagógico" no binômio "turismo pedagógico"* [Dissertação de mestrado, Universidade de Caxias do Sul].
- De Lima, F., Cappellano dos Santos, M. M., & Köche, J. C. (2020). Turismo pedagógico ou atividade pedagógica pelo turismo? O binômio "turismo pedagógico": Concepções de turismo e pressupostos epistemológico-pedagógicos subjacentes. *Investigaciones Turísticas*, (19), 139–162. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.07>
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Sulina.
- Freinet, C. (1973). *As técnicas Freinet da Escola Moderna* (S. Letra, Trad.). Editorial Estampa.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (5ª ed.). Atlas.
- Košćak, M., Knežević, M., & O'Rourke, T. (2025). Why does no one ask the children? *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 15(1), 48415. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16969896>
- Kushano, E. S. (2013). Turismo infantil: Uma proposta conceitual. *Turismo e Sociedade*, 6(1), 124–146. <https://doi.org/10.5380/tes.v6i1.28094>
- Kushano, E. S. (2023). *Turismo e infância*. Pedro & João Editores. https://pedroejoaeditores.com.br/wp-content/uploads/2023/07/EBOOK_Turismo-e-Infancia.pdf
- Lefebvre, H. (1984). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Alianza Editorial.

- Lopes, J. J. M. (2021). *Terreno baldio: Um livro sobre balbuciar e criar os espaços para desacostumar geografias: Por uma teoria sobre a espacialização da vida*. Pedro & João Editores.
- Moreira, H., & Caleffe, L. G. (2006). *Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador*. DP&A.
- Nidelcoff, M. T. (1979). *A escola e a compreensão da realidade: Ensaio sobre a metodologia das ciências sociais*. Brasiliense.
- Pontuschka, N. N. (2004). O conceito de estudo do meio transforma-se... em tempos diferentes, em escolas diferentes, com professores diferentes. In J. W. Vesentini (Ed.), *O ensino de geografia no século XXI* (pp. 249–268). Papirus.
- Salgueiro, V. (2002). Grand tour: Uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, 22(44), 289–310. <https://doi.org/10.1590/S0102-01882002000200003>
- Sarmento, M. J. (2005). Crianças: Educação, culturas e cidadania activa. *Perspectiva*, 23(1), 17–40.
- Sommer, D., Pramling Samuelsson, I., & Hundeide, K. (2013). Early childhood care and education: A child perspective paradigm. *European Early Childhood Education Research Journal*, 21(4), 459–475. <https://doi.org/10.1080/1350293X.2013.845436>
- Tours que Educam. (2023, 11 de setembro). *Estratégias de turismo pedagógico* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rzgG3xvcfaM>
- Vergopolan, R., Ujiie, N. T., & Pinheiro, N. A. M. (2016). A formação inicial no curso de pedagogia, Freinet e o ensino de ciências: Ação interdisciplinar e abordagem investigativa, uma construção salutar. *Trilhas Pedagógicas*, 6(6), 244–256. <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/trilhas/volume6/15.pdf>
- Vigotski, L. S. (2010). Quarta aula: A questão do meio na pedagogia (M. P. Vinha, Trad.; M. Welcman, Rev.). *Psicologia USP*, 21(4), 681–701. <https://doi.org/10.1590/S0103-65642010000400003>
- Vigotski, L. S. (2018). *Sete aulas de L. S. Vigotski sobre os fundamentos da pedagogia* (Z. Prestes & E. Tunes, Orgs.). E-Papers.
- Li, Z., Bai, M., Deng, H., Wu, Y., & Cui, R. (2024). Exploring children's experiences on school field trips from children's perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101220. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101220>
- Zhong, S., & Peng, H. (2021). Children's tourist world: Two scenarios. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100824. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100824>

Declaração CRediT sobre autoria

Termo	Definição	Autor
Conceitualização	Ideias; formulação ou evolução de objetivos e objetivos de investigação abrangentes	X
Metodologia	Desenvolvimento ou concepção de metodologia; criação de modelos	X
Software	Programação, desenvolvimento de software; concepção de programas de computador; implementação do código informático e algoritmos de suporte; teste dos componentes de código existentes	
Validação	Verificação, quer como parte da atividade quer separadamente, da replicação/reprodutibilidade global dos resultados/experimentações e outros resultados da investigação	x
Análise formal	Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais, ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados de estudo	x
Investigação	Condução do processo de investigação e investigação, realizando especificamente as experiências, ou recolha de dados/evidências	x
Recursos	Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, materiais, pacientes, amostras de laboratório, animais, instrumentação, recursos informáticos, ou outras ferramentas de análise	x
Curadoria de dados	Atividades de gestão para anotar (produzir metadados), lapidar dados e manter dados de investigação (incluindo código de software, onde é necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização	x
Escrita - Esboço original	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, redigindo especificamente o projeto inicial (incluindo a tradução substantiva)	x
Escrita - Revisão & Edição	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado por aqueles do grupo de investigação original, especificamente revisão crítica, comentário ou revisão - incluindo fases pré ou pós-publicação	x
Visualização	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente visualização/ apresentação de dados	x
Supervisão	Supervisão e responsabilidade de liderança no planeamento e execução da atividade de investigação, incluindo mentoria externa à equipa central	x
Administração do projeto	Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação	x
Aquisição de financiamento	Aquisição do apoio financeiro para o projeto conducente a esta publicação	

Nota. Reproduzido de Elsevier (2022, s.p.), com base em Brand et al. (2015).

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial
Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 13.05.2025; Revisado / Revised / Revisado: 20.05.2025 – 06.10.2025 – 25.11.2025; Aprovado / Approved / Aprobado: 22.04.2025; Publicado / Published / Publicado: 31.08.2026*.

[* Editorial note: article originally scheduled for publication in 2025, but published in 2026 due to disruptions in the editorial workflow associated with external factors, including the interruption of services provided by a third-party editorial support provider.]

Documento revisado às cegas por pares / Double-blind peer review paper / Documento revisado por pares ciegos.