

# Editorial

A linha de pensamento de cinco estudiosos brasileiros e três estrangeiros está presente nesta edição de “TURISMO em análise”.

Na primeira parte apresentam-se três artigos que abordam diferentes temas, traduzindo interesses recentes de estudos e pesquisas no Brasil e no mundo: a *Imagem e Comunicação* do produto turístico brasileiro no mercado internacional, a *Avaliação de Visitação* no Parque Estadual de Campos do Jordão – uma unidade de conservação do Estado de São Paulo, e o *Turismo Rural* como fator de desenvolvimento de zonas rurais desfavorecidas. Este último artigo trata especificamente do projeto LEADER da Comunidade Européia, analisando as potencialidades, as vantagens e os riscos do turismo rural e de suas subcategorias.

Na segunda parte, composta por cinco artigos, mesclam-se abordagens interligadas ao tema *Qualidade, Competitividade, Gestão e Estratégia em Turismo*. Inicia-se com a discussão dos pontos básicos para a adoção de um *Sistema de Qualidade* em Turismo e, em seguida, passa-se à necessidade de aplicação de *Modelos de Marketing* nas empresas turísticas inseridas em mercados de alta competitividade. Ainda com foco nas empresas turísticas, trata-se da aplicação de *Modelo de Estratégias Competitivas* como instrumento de otimização da gestão em companhias de cruzeiros marítimos, especificamente da Carnival Inc. Sob outro enfoque, a gestão é enfocada além da abordagem empresarial: a *Gestão Turismo em Barcelona* após os Jogos Olímpicos de 1992, a partir da criação e atuação da entidade “Turisme de Barcelona”, no período 1993 a 1996. O último artigo encerra este fascículo abordando o instrumento de análise da importância do turismo quando se fazem comparações entre países competitivos: o *Índice de Importância Turística*.

**Mirian Rejowski**  
Editora responsável