

O turismo cultural pode ser uma alternativa ao movimento turístico em Santa Catarina que se concentra nos meses de verão. Somado a isto, a terceira idade se destaca como público em potencial, já que, segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, 75% dos idosos viajam pelo menos uma vez por ano e preferem destinos que apresentam atrações culturais e religiosas [40].

Acredita-se que a alternativa proposta neste trabalho possa ser estendida para outros estados ou todo território nacional. Desta forma, como continuidade desta pesquisa, podem ser desenvolvidas coleções com diferentes temáticas, por exemplo, no estado de Santa Catarina, contemplando rotas turísticas como: Caminho dos Príncipes, Vale Europeu e Rota do Sol.

## AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC), ao Programa de Pós-Graduação em Design (Pós-Design/UFSC), ao Núcleo de Gestão de Design da Universidade Federal de Santa Catarina (NGD/UFSC), pelo apoio prestado no desenvolvimento da presente pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- [1] WTTC. World Travel & Tourism Council. Viagens & Turismo: Impacto Econômico – Santa Catarina. London, 2009.
- [2] PMF. Atrativos Turísticos Culturais. Disponível em: <<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=atrativos+turisticos+culturais&menu=7>>. Acesso em: 12 fev. 2015.
- [3] MORAIS, Luciléia; SENA JUNIOR, Otávio; FERREIRA, Lissa Valéria. La ventaja competitiva a través del turismo cultural: Un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará-Mirim, Natal - Brasil. Estud. perspect. tur, vol.23, n.1, p. 131-155, 2014.
- [4] SILVA, Fatima Sueli de Souza e. Turismo e psicologia no envelhecer. São Paulo: Roca, 2002.
- [5] YÁZIGI, Eduardo. O litoral como patrimônio natural e cultural. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. Turismo e Patrimônio Cultural. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2007. Cap. 9, p. 123-130.
- [6] BAHL, Miguel. Fatores Ponderáveis no Turismo: sociais, culturais e políticos. Curitiba: Ed. Prototexto, 2004.
- [7] MUÑOZ, Alejandrina De. Evaluación económica del impacto del turismo cultural en la ciudad de Zacatecas. Invest. Geog, n.78, p. 89-103, 2012.
- [8] DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições. Campinas: Editora Alínea, 2002.
- [9] HOMMERDING, Tales Tombini. A comunicação visual de um projeto de turismo. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro de Comunicação e Expressão, UFSC. Florianópolis, 2008.
- [10] CPD. Manual de gestão de design. Centro Português de Design. Porto: Porto Editora, 1997.
- [11] GIMENO, J. M. I. La gestión del diseño em la empresa. Madrid: McGraw-Hill, 2000.
- [12] MOZOTA, B. B. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- [13] GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.
- [14] PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.
- [15] SAMPIERI, Roberto Hernandez; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. Metodologia de Pesquisa. Porto Alegre: Penso, 2013.
- [16] SANTILLÁN, V. L. La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sis tarjetas postales. Revista Pasos, v. 08, n. 1, p. 71 – 82, 2010.
- [17] NASCIMENTO, Leticia Lima; TRENTIN, Fábila. Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo cultural na