

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM DESENVOLVIMENTO, TECNOLOGIAS E SOCIEDADE**

SAMANTA BORGES PEREIRA

**PROPOSTA DE PROCEDIMENTO PARA ELABORAÇÃO DE
ROTEIRO TURÍSTICO TEMÁTICO: os atrativos do Circuito Turístico
Caminhos do Sul de Minas**

Itajubá
2016

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM DESENVOLVIMENTO, TECNOLOGIAS E SOCIEDADE**

SAMANTA BORGES PEREIRA

**PROPOSTA DE PROCEDIMENTO PARA ELABORAÇÃO DE
ROTEIRO TURÍSTICO TEMÁTICO: os atrativos do Circuito Turístico
Caminhos do Sul de Minas**

**Dissertação submetida à defesa do
programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade.**

Área de Concentração: Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade
Linha de pesquisa: Desenvolvimento e Tecnologias

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Ferreira de Pinho
Coorientadora: Prof^ª. Dra. Josiane Palma Lima

Itajubá
2016

SAMANTA BORGES PEREIRA

**PROPOSTA DE PROCEDIMENTO PARA ELABORAÇÃO DE
ROTEIRO TURÍSTICO TEMÁTICO: os atrativos do Circuito Turístico
Caminhos do Sul de Minas**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para obtenção do título de mestre, no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Universidade Federal de Itajubá.

Itajubá, 16 de dezembro de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Márcio Lopes Pimenta
Avaliador externo

Prof. Dr. Luiz Eugênio Veneziani Pasin
Avaliador interno

Prof. Dr. Alexandre Ferreira de Pinho
Orientador

Prof^ª. Dra. Josiane Palma Lima
Coorientadora

Agradecimentos

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa.

Ao Prof. Dr. Alexandre Ferreira de Pinho, pela confiança e pela paciência em me orientar neste trabalho.

À Prof^a. Dra. Josiane Palma Lima pela disponibilidade em coorientar e colaborar na condução deste trabalho.

Aos professores Márcio Lopes Pimenta e Luiz Eugênio Veneziani Pasin, por contribuírem com a avaliação deste trabalho.

Ao professor Carlos Alberto Máximo Pimenta, pelas (des) orientações fundamentais para o meu desenvolvimento reflexivo e à prof^a. Viviane Guimarães Pereira, pela oportunidade que me permitiu encontrar o meu caminho. A ambos, por se tornarem parte da minha vida.

À toda equipe do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas e em especial ao presidente Ricardo Bustamante de Almeida e à gestora financeira Célia Maria Martins Santos Alves, que tão respeitosa e me receberam e me abriram espaço para a realização deste trabalho.

Ao Zeca Maurício, do Farol da Mantiqueira, e à Luciana de Oliveira da Livraria LUME, por me mostrarem o caminho até os “Caminhos do Sul de Minas”. A generosidade transforma-se aqui em gratidão.

Ao Andrey, meu primo e meu amigo, por me rerepresentar ao meu lugar, o Sul de Minas, e por limpar as lentes dos meus olhos para as belezas da Serra da Mantiqueira.

À Karinne e ao Alexandre, por estarem sempre por perto.

À minha mãe.

Aos colegas da turma de alunos DTecS do 2º semestre de 2013, que se tornaram verdadeiros amigos.

Agradecer é reconhecer o esforço daqueles que nos ajudam nos roteiros da caminhada da vida. De todos, levo um pouquinho. Meu reconhecimento se resume ao ancestral, porém vigente "muito obrigada".

“Quando chegava no ponto de fervura, eu não desgrudava os olhos daquele tacho de cobre borbulhante, porque sabia que o espetáculo estava começando. Como protagonista, mamãe. Ela não parou de mexer a mistura, desde que a panela encontrou o fogo. Ao ferver, o tacho parecia querer expulsar o caldo quente de dentro de si, espirrando-o e transbordando-o. O compasso da colher acelerou e as crianças tomaram distância do fogão para não se queimarem. É agora que a sabedoria herdada da experiência, escrita entre as linhas da receita, entra em ação. De longe, observava a luta dos braços da minha mãe para vencer a força do líquido ardente. Até que ela pegou um prato de louça e colocou-o virado ao contrário dentro do tacho. Era incrível, a mistura não se comportava como antes, ela foi domada. O prato se estabelece em alguns minutos, sendo pressionado no fundo do recipiente, ele não pode virar [...] Ele cozinhava por si só dali em diante, somente não poderia faltar atenção, pois queimá-lo seria péssimo. Quando o caldo engrossasse e desgrudasse do fundo do tacho, sinalizaria o ponto certo para tirá-lo do fogo. Nesta etapa tão crucial, se define a maciez do doce, batendo-o com uma colher. Logo, era uma euforia ao despejá-lo na mesa de madeira. A pequena cozinha sem forro se enchia de alegria, enquanto a mesa se esvaziava de doces de leite.”

Thayana Karoline Costa
Estudante da Escola Estadual Maria Lina de São José do Alegre, Minas Gerais
Projeto “Narrativas Culinárias”
Festival Integrado de Cultura e Arte (FICA) 2014

Resumo

Este trabalho estudou o tema do turismo regional, levando em consideração as relações entre desenvolvimento local e tecnologias da informação. Para tanto, utilizou-se de um Sistema de Informação Geográfica (SIG) como instrumento de elaboração de roteiro turístico. Definiu-se, portanto, como objetivo geral, propor um procedimento para elaboração de roteiro turístico de comidas e bebidas produzidas na região. De forma específica, objetivou-se (1) articular a produção de comidas e bebidas com os atrativos naturais e culturais, com o auxílio de um SIG; (2) descrever as produções de comidas e bebidas que se configurarem como produção tradicional da região. A condução da pesquisa foi apresentada na descrição dos 13 passos apresentados na metodologia enquanto estratégia de pesquisa. Os dados foram coletados do “Levantamento da Produção Associada ao Turismo”, do “Inventário da Oferta Turística”, do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas (CTCSM), região de estudo, além do guia turístico de Itajubá. Seu refinamento foi realizado com idas a campo para verificação de coordenadas geográficas não presentes no documento e para descrição dos pontos que compõem o roteiro. A organização dos dados foi realizada no Excel, para formação da base de dados. A aquisição das bases cartográficas das divisões municipais, sedes municipais e malha rodoviária é parte fundamental para a integração da base de dados ao software ArcGIS. Isso feito, seguiu-se com a articulação da produção de comidas e bebidas com os atrativos naturais e culturais. A análise de rede permitiu determinar o acesso ao maior número de produções de comidas e bebidas em intervalos de até 30 minutos e de 30 a 60 minutos, partindo de cada uma das sedes dos municípios associados ao CTCSM. De todas as produções de comidas e bebidas, foram selecionadas aquelas aprendidas com a família e seguiam a tradição, elaboradas por moradores dos municípios ou moradores antigos e produções com mais de 20 anos de existência. A descrição das 09 produções selecionadas compõe a proposição do roteiro turístico, evidenciando a experiência a ser vivida a partir de sua visita. Finaliza-se com a proposição do procedimento de elaboração de roteiro turístico, sintetizados em 08 passos.

Palavras-chave: Comidas e bebidas regionais; Procedimentos para roteiros turísticos; Sistema de informação geográfica; Turismo.

Abstract

This study investigated regional tourism theme considering the connections between local development and information technologies. For this, a Geographic Information System (GIS) was used as an instrument for the elaboration of a tourist script. Therefore, the general goal was to propose a procedure to elaborate a tourist script of regionals foods and beverages. The specific objectives were: (1) articulating the production of food and beverages with the natural and cultural attractions, using a GIS; (2) describing the food and beverage productions that are configured as traditional in the study region. The research was developed in 13 steps. The data were collected from the documents named “Survey of Production Associated with Tourism”, the “Inventory of Tourist Supply” and the Tour Guide of Itajubá. The region of study includes the “Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas”, touristic circuit in the south of Minas Gerais, Brasil. The data was improved after the collection of the geographic coordinates absent from the documents and it was organized in Excel for database formation. It was necessary to acquire the cartographic bases of the municipal divisions, municipal seat and the road network to integrate the database with the ArcGIS software. After these steps, the articulation of foods and beverages production with natural and cultural attractions was carried out. The network analysis allowed to determine the food and beverages productions that can be visited in up to 30 minutes and from 30 to 60 minutes, leaving from each municipal seat. From the results found, it were selected that recipes learned from family and followed the tradition, recipes prepared by residents of municipalities or recipes prepared by former residents and recipes over 20 years old. The description of 09 selected foods and beverages productions composes the proposition of the tourist script, evidencing the experience to be lived from the visitation. This study is finished with the proposal of the procedure of elaboration of tourist script, synthesized in 08 steps.

Keywords: Regional foods and beverage; Procedures for tourist scripts; Geographic Information System; Tourism.

Sumário

1. Introdução	11
1.1 Objetivos	13
1.2 Aspectos Multidisciplinares	14
1.3 Estrutura do Texto	15
2. Desenvolvimento e Turismo: do global ao local	17
2.1 Turismo: por um desenvolvimento harmônico	20
2.2 Regionalização do Turismo	24
2.3 Roteiros Turísticos: diversificação de atrativos	30
3. Tecnologia da Informação na Gestão do Turismo	39
3.1 A Informação como Bem Intangível	40
3.2 Sistemas de Informação Geográfica e Turismo	44
4. Metodologia	52
4.1 Características da região estudada	53
4.2 Estratégia de pesquisa: procedimentos	56
5. Condução da Pesquisa	59
5.1 Passo 01: Coleta de dados comidas e bebidas	59
5.2 Passo 02: Coordenadas geográficas dos locais de produção de comidas e bebidas	61
5.3 Passo 03: Base de dados sobre as comidas e bebidas	61
5.4 Passo 04: Coleta de dados atrativos naturais e culturais	62
5.5 Passo 05: Coordenadas geográficas dos atrativos naturais e culturais	66
5.6 Passo 06: Base de dados dos atrativos naturais e culturais	67
5.7 Passo 07: Aquisição das bases cartográficas	67
5.8 Passo 08: Critérios de combinação dos atrativos	68
5.9 Passo 09: Análise de rede	73
5.10 Passo 10: Seleção das produções tradicionais	79

5.11	Passo 11: Visita às produções para descrição da experiência	83
5.12	Passo 12: Descrição das produções na forma de roteiro	83
5.13	Passo 13: Procedimento de elaboração roteiro turístico	91
6.	Considerações finais	95
7.	Referências Bibliográficas	98

Lista de figuras

Figura 1: Circuitos Turísticos existentes em Minas Gerais	29
Figura 2: Territórios Gastronômicos chef Eduardo Avelar	36
Figura 3: Elementos intervenientes na tomada de decisão	41
Figura 4: Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas	54
Figura 5: Fluxo de apresentação das etapas da pesquisa	57
Figura 6: Ilustração dos trechos da malha viária	73
Figura 7: Comidas, bebidas, atrativos naturais e culturais CTCSM.....	76
Figura 8: Análise de rede - localização-alocação: comidas e bebidas.....	77
Figura 9: Análise de rede - localização-alocação: comidas, bebidas, atrativos naturais e culturais.	79
Figura 10: Análise de rede - localização- alocação: comidas e bebidas tradicionais	80
Figura 11: Comidas e bebidas tradicionais + atrativos naturais e culturais.....	81
Figura 12: Processo de fabricação da cachaça em Piranguçu	84
Figura 13: Caldo de cana e pastel de milho do Mercado de Itajubá.....	85
Figura 14: Pé-de-moleque de Piranguinho	86
Figura 15: Peixe-frito em São José do Alegre	87
Figura 16: Pinga e marmelada artesanais de Delfim Moreira	87
Figura 17: Sopa de marmelo em Delfim Moreira	88
Figura 18: Reserva de cana para produção da cachaça	89
Figura 19: Duto de pedra no alambique da cachaça de Conceição das Pedras	90
Figura 20: Processo de produção da marmelada em Marmelópolis.....	90

Lista de quadros

Quadro 1: Conceitos de roteiro turístico.....	31
Quadro 2: Procedimentos para elaboração de roteiro turístico.....	33
Quadro 3: Dados, Informação e Conhecimento.	42

Lista de tabelas

Tabela 1: Base de dados de comidas e bebidas do CTCSM.....	63
Tabela 2: Base de dados no Excel dos atrativos naturais e culturais do CTCSM.....	69
Tabela 3: Comidas e bebidas tradicionais	82
Tabela 4: Procedimento para elaboração de roteiro turístico	92

1. Introdução

Esta pesquisa estudou o tema do turismo, levando em consideração as relações entre desenvolvimento local e tecnologias da informação. Para tanto, utilizou-se de um Sistema de Informação Geográfica (SIG) como instrumento de elaboração de roteiro turístico de comidas e bebidas regionais.

Propõe-se a ampliação do conceito de desenvolvimento econômico, abrangendo as questões sociais e ambientais dentro do debate das desigualdades do nosso tempo. A discussão visa abordar o desenvolvimento sob um novo olhar: o desenvolvimento que se preocupa com a eliminação da desigualdade social; com as mudanças climáticas; que não se baseia somente em índices econômicos de crescimento, mas que reputa equanimidade ao social, ao ambiental e ao econômico na sua definição.

Segue-se com a argumentação do Turismo como atividade econômica que deve ser pensada sob os princípios da sustentabilidade (SOARES, 2011; SEABRA, 2001), por um desenvolvimento harmônico, a partir do desenvolvimento local, respeitando e valorizando as regionalidades (BUARQUE, 1999; CUNHA & CUNHA, 2005). A discussão avança trazendo o processo de Regionalização do Turismo e a descentralização do poder com a criação de política pública de fomento a essa atividade e o papel das Instâncias de Governança, neste caso, os Circuitos Turísticos, na gestão do turismo regional/local.

As considerações sobre os Roteiros Turísticos colaboram na compreensão desta técnica enquanto conceito e procedimentos de integração de potenciais turísticos localizados em regiões vizinhas que podem ser fomentados e valorizados por meio de sua estruturação. As comidas e bebidas regionais foram os potenciais escolhidos neste trabalho para compor estes roteiros enquanto produto/atrativo e enquanto temática. Sendo assim, apresenta-se a importância da comida mineira enquanto produção associada ao turismo e formadora da identidade regional (ZUIN & ZUIN, 2008).

São apresentadas as escolhas teóricas privilegiadas sobre o tema das “tecnologias da informação” enquanto recurso estratégico às políticas e às ações organizativas em torno do turismo. Precisamente, apresenta-se o SIG com a perspectiva de que o uso desta tecnologia poderá facilitar a organização de diferentes equipamentos e serviços turísticos, no sentido de potencializar os processos de tomada de decisão e, conseqüentemente, ampliar os campos de desenvolvimento local e regional. A pretensão está pautada em pesquisa que fazem a relação entre tecnologia e turismo.

Para elaboração de um roteiro, é preciso ordenar os elementos intervenientes na efetivação da viagem, seguindo determinados trajetos e possibilitando o aproveitamento racional dos atrativos a visitar (BAHL, 2004). Alguns manuais disponíveis oferecem procedimentos que orientam na elaboração de roteiros turísticos, como as publicações de ordem técnica do SEBRAE (2014), da CREATO Oficina de Roteiros (2005), indicadas por Cisne & Gastal (2009) e do MTur (2007).

Contudo, depara-se com a ausência de procedimentos de elaboração de roteiros turísticos que considerem o uso da tecnologia da informação enquanto instrumento de análise e construção deste produto turístico, seja na combinação de atrativos, seja na análise das distâncias entre os atrativos. Deste quadro emerge a pergunta de pesquisa: como o SIG pode ser utilizado na proposição de um procedimento de roteiro turístico?

Esta pesquisa se propõe a colaborar com o detalhamento das ações relacionadas ao fomento e ligação dos atrativos turísticos, visando o fortalecimento da imagem do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas (CTCSM). Um importante instrumento para contribuir na articulação das produções presentes em regiões vizinhas é o SIG, que vem ganhando espaço no planejamento e gestão do turismo.

A utilização do SIG ganha relevância na gestão da atividade turística, enquanto tecnologia de integração de informações espaciais e não espaciais, como são caracterizadas as informações advindas do turismo. O SIG permite a identificação de rotas mediante a combinação de diversos elementos, o que possibilita a elaboração de roteiros turísticos, fazendo uso dessa ferramenta.

Entendeu-se relevante analisar as informações turísticas coletadas utilizando das tecnológicas de georreferenciamento que potencializassem as atividades de turismo em região do sul de Minas Gerais, especificamente na forma de roteiro de comidas e bebidas regionais.

As comidas e as bebidas foram escolhidas como tema central do roteiro enquanto produto histórico-cultural de relação do homem com o seu meio, que permite ao turista experimentar a realidade da localidade visitada, simbolizada nos ingredientes e no modo de preparar o alimento. Os atrativos naturais e culturais presentes na região foram selecionados enquanto outros locais a serem explorados, a partir da visita aos produtores das comidas e bebidas. Isoladamente, a apreciação das comidas e bebidas pode levar um tempo mais reduzido. Combinadas com as belezas naturais e

arquitetônicas podem prolongar o tempo de permanência do turista e provocar possíveis aumentos de gastos na economia local.

O uso do SIG pelos agentes de turismo poderá se mostrar eficiente por permitir representar a produção de comidas e bebidas regionais possibilitando identificar informações territoriais relevantes para o planejamento turístico. Dessa forma, se motiva a manutenção e divulgação dos saberes locais, o fomento do turismo e a solidificação de formas de geração de emprego e renda para os produtores locais. A solução *Network Analytic* do ArcGIS, permite a identificação de rotas mediante a combinação de diversos elementos, o que possibilita a elaboração de roteiros turísticos, fazendo uso dessa ferramenta.

Esta pesquisa entende ser importante utilizar-se das tecnologias da informação para que agentes de desenvolvimento local possam pensar nas estratégias de efetivação de práticas de turismo. A opção pelo SIG deve-se à sua capacidade de analisar informações espaciais e não espaciais, permitindo transmiti-las de maneira mais simples e objetiva.

1.1 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é propor um procedimento para elaboração de roteiro turístico de comidas e bebidas regionais.

São objetivos específicos desta pesquisa:

- Articular a produção de comidas e bebidas com os atrativos naturais e culturais, com o auxílio de um SIG.
- Descrever as produções de comidas e bebidas que se configurarem como produção tradicional da região.

Para investigar o turismo, escolheu-se o Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas (CTCSM), composto por 13 municípios localizados na Serra da Mantiqueira. O CTCSM é composto pela associação dos municípios de Brasópolis, Conceição das Pedras, Cristina, Delfim Moreira, Itajubá, Marmelópolis, Pedralva, Piranguçu, Piranguinho, Santa Rita do Sapucaí, São José do Alegre e Wenceslau Braz¹. O CTCSM,

¹ São José do Alegre e Wenceslau Braz se desvincularam do CTCSM em 2016, mas decidiu-se por manter os dados referentes a eles, pois a elaboração dos roteiros incluindo as suas produções pode servir de argumento para o retorno deles ao circuito. Brasópolis e Santa Rita do Sapucaí não aparecem na análise, pois o primeiro não fazia parte do circuito quando o mapeamento foi realizado e o segundo não possuía nenhuma produção de comidas ou bebidas na época da pesquisa.

na figura de seus gestores e associados, é um dos agentes locais responsáveis pelo desenvolvimento do turismo na região da Serra da Mantiqueira.

O CTCSM foi considerado, pelo SEBRAE/MG, referência em gestão para os Circuitos Turísticos Mineiros em 2013 e já recebeu visitas de outros circuitos do estado para realizar troca de experiência e disseminar a trajetória de sucesso da parceria do CTCSM com o SEBRAE.

O objeto de estudo refere-se à produção associada ao turismo deste circuito, modalidade comidas e bebidas. A dispersão espacial dessas produções pode limitar o aproveitamento racional desses atrativos. As produções foram escolhidas para serem fomentadas na forma de roteiro turístico a ser elaborado fazendo uso de um SIG, tecnologia capaz de articular informações espaciais e não-espaciais, como as informações turísticas.

1.2 Aspectos Multidisciplinares

Esta pesquisa está no campo de conhecimento multidisciplinar, na linha de Desenvolvimento e Tecnologias, do Programa de Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade (PPGDTecS). Trata-se de diálogo entre as áreas da Economia, Administração e Tecnologia com ênfase nos aspectos de planejamento e gestão do turismo, em que se leva em consideração o tema do desenvolvimento local e regional, mediado por instrumentos de tecnologia.

Cabe ressaltar que esta pesquisa se enquadra nas pretensões do PPGDTecS, em formar um conjunto de informações científicas orientadoras na formação de políticas e ações públicas e privadas, que tragam desenvolvimento à região. Neste sentido, o PPGDTecS

propõe intercâmbios e trocas de experiências para a realização de estudos que contribuam à compreensão dos problemas característicos de diferentes regiões em processo de desenvolvimento, com a finalidade de subsidiar políticas socioculturais e econômicas, públicas ou privadas, integrando-os em função das contingências da atual realidade mundial. [...] Espera-se permitir aos futuros mestrandos a produção de conhecimentos, informações, estratégias e ações sobre desenvolvimento, tecnologias, tecnologias sociais, cidade, cultura, trabalho, educação e identidade em diferentes campos do conhecimento, integrando-os em função de uma visão multidisciplinar².

² Disponível em www.unifei.edu.br/prppg/cursos/mes_desenv_tecnol_soc?c=117&m=ME&p=0&lang=PT. Acesso em 04 de julho de 2016.

Ao tratar da temática do turismo regional, levando em consideração as relações entre desenvolvimento e tecnologias, esta pesquisa traz a preocupação de compreender os problemas socioeconômicos presentes nos limites de atuação do CTCSM e fornecer informações que colaborem na superação desses problemas.

Para atender a perspectiva interdisciplinar, buscou-se elementos para se pensar o turismo como processo de geração de renda e desenvolvimento local, conhecimentos advindos do campo da Economia. A elaboração de procedimentos que colaborem no planejamento e gestão são os elementos oriundos da Administração. Da Tecnologia, utilizou-se de um Sistema de Informação, mais especificamente do Sistema de Informação Geográfica, para concepção desse processo, colaborando com a tomada de decisão.

Essas três áreas de conhecimento caracterizam o aspecto interdisciplinar da proposta, com a pretensão de subsidiar as futuras ações dos agentes de desenvolvimento do turismo.

1.3 Estrutura do Texto

Este trabalho divide-se em 07 capítulos sendo (1) Introdução, (2) e (3) Referencial Teórico, (4) Metodologia, (5) Condução da Pesquisa, (6) Considerações Finais e (7) Referências Bibliográficas.

No capítulo 01 – Introdução - são apresentados o tema, a justificativa, o problema, os objetivos gerais e específicos, a interdisciplinaridade indicando a aderência da pesquisa com a proposta interdisciplinar do Programa de Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade (PPGDTecS) e a estrutura do texto.

O capítulo 02 traz a discussão de Desenvolvimento e Turismo, apresentando uma reflexão sobre o desenvolvimento sustentável, na perspectiva do desenvolvimento local. Segue com a discussão sobre a Regionalização do Turismo e o surgimento dos circuitos turísticos, os procedimentos de elaboração de roteiros turísticos, os roteiros turísticos enquanto meio de diversificação e fomento dos atrativos locais/regionais e as comidas e bebidas enquanto saber cultural e sua importância regional, com ênfase na relevância da comida mineira.

O capítulo 03 apresenta as Tecnologias da Informação na Gestão do Turismo, trazendo a importância da informação como bem intangível. Afina-se com a discussão entre a relação do Sistema de Informação Geográfica e o Turismo, noções de estrutura e características do sistema e seu uso como instrumento na elaboração de Roteiros

Turísticos. Neste contexto, são apresentados outros trabalhos que utilizaram o SIG na elaboração de roteiros turísticos.

O capítulo 04 apresenta a Metodologia, retomando o objetivo proposto e indicando a classificação da pesquisa, a caracterização da região estudada, apresentando o Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas e o objeto de estudo, as comidas e bebidas regionais, finalizando o capítulo com a estratégia de pesquisa a partir do fluxo com os passos desenvolvidos para sua conclusão.

O capítulo 05 apresenta a Condução da Pesquisa, descrevendo os 13 passos desenvolvidos nesta pesquisa. Os passos de 01 a 07 compreendem o levantamento dos dados referentes à comida e bebida e os atrativos naturais e culturais, a coleta das coordenadas geográficas e a formação da base de dados dos atrativos, no Excel. O passo 07 corresponde à aquisição das bases cartográficas do IBGE.

Os passos 08 e 09 referem-se à determinação dos critérios de combinação dos atrativos para realização da análise. Foi realizada a análise de rede, utilizando a solução Localização-alocação, que determinou o ponto que permitiu o acesso ao maior número de atrativos existentes na região em intervalos de 30 e 60 minutos. A análise ou geoprocessamento SIG apoia-se no *software* ArcGIS e consiste em diversos processos de cruzamento dos temas cartográficos.

Os passos 10, 11 e 12 referem-se à seleção dos pontos para composição do roteiro, a visita aos atrativos e a sua descrição para proposição de um roteiro temático de comidas e bebidas. O passo 13 apresenta o resultado desta pesquisa, com o procedimento de elaboração de roteiro turístico temático, em 08 etapas.

O capítulo 06 traz as Considerações finais, com apontamentos de suas limitações, possibilidades de pesquisas futuras e conclusões desta pesquisa. O capítulo 07 relaciona as referências bibliográficas utilizadas neste trabalho.

2. Desenvolvimento e Turismo: do global ao local

No aspecto macroeconômico, compreende-se o turismo e as transformações globais que afetam o local da perspectiva de Ruschmann (2001, p. 69) que apresenta a incompatibilidade da atividade turística dentro do conceito da indústria convencional e ilustra a importância da preservação ambiental e social para a sua manutenção:

Enquanto a indústria destrói para produzir, o turismo deve preservar para produzir. A harmonização do turismo com o ambiente é uma mudança na forma de pensar, uma inovação conceitual para superar uma contradição que facilmente acontece entre o turismo destrutivo e a proteção de um turismo que deve ser preservado.

Da perspectiva de Ruschmann (2001), pode-se dizer que há espaços, principalmente em regiões de menor porte, de efetivação de modos de preservação do lugar pela via do turismo. Esse movimento efetivo deve promover formas de superação das contradições que facilmente acontece entre o turismo não sustentável e a proteção do ambiente e do lugar turístico.

Da perspectiva da globalização, ao mesmo tempo em que ela permitiu o advento da informação, também provocou a homogeneização das culturas. O conceito de homogeneização das culturas se encontra na reflexão de Stuart Hall (2005, p. 77-89) ao tratar do tema “o global, o local e o retorno da etnia”, em que entende a sobrevivência das diferenças e das alteridades.

Se aplicada aos processos de experiências individualizadas e únicas que o turismo se propõe revelar, pode-se dizer que as dimensões da cultura na atualidade, mediadas por essas transformações homogeneizadoras, “tudo que tem lá, deve ter aqui”, traz a reboque a possibilidade de extinção da atividade já que o turista busca o diferente. Proposta que pode ser revista pelo turismo com o perfil estudado.

A concepção ampla de desenvolvimento envolve uma rede de conceitos associados à evolução, inclusão, participação, solidariedade, produção e competitividade que se reforçam mutuamente ou se opõem frontalmente aos movimentos de concentração, competição, exclusão, pobreza, desequilíbrio, entre outros (CUNHA & CUNHA, 2005). Sachs (2012) propõe um fim ao “escândalo da desigualdade abissal” nas condições existentes hoje em cada nação e entre nações, discorrendo sobre esse desequilíbrio social: “uma pequena minoria ocupa as cabines espaçosas e confortáveis do convés da espaçonave Terra, enquanto a grande maioria é

condenada a uma vida miserável em pequeninas celas, tendo de trabalhar duro para sobreviver precariamente (SACHS, 2012, p. 8)”.

O conceito hegemônico de desenvolvimento traz o crescimento econômico como essencial ao progresso e à prosperidade. Pimenta (2014) alega que isso não seria problema se a consequência direta do desenvolvimento sob a ótica econômica (e centralizado na equação capital *versus* trabalho), não provocasse desigualdades, exclusão e desemprego. Em condições desiguais, como esperar um desenvolvimento equânime?

Ressalta-se que o turismo, nos moldes executados pelo CTCSM, não se propõe alternativo ao modo de produção hegemônico, mas traz a possibilidade de ressignificação do conceito de desenvolvimento, com base nas formas de produção associadas ao turismo estabelecidas e organizadas fora do processo industrial e da lógica da relação capital *versus* trabalho. Trata-se de aproximações de organização urbana com as formalidades pressupostas pelo sistema socioprodutivo vigente (PIMENTA, 2014).

Na sugestão do autor, a relação do desenvolvimento e do turismo poderá evidenciar saberes e ações como práticas para além dessa lógica, instigando a manifestação de processos sociais contemporâneos que configuram demandas de geração de renda e diferentes modos organizativos, incorporando dimensões pertinentes ao trabalho, à educação, ao desenvolvimento local e rural e ao território que superem e sobreponham às práticas consolidadas.

Para Schiavinatto (2013), o processo de desenvolvimento deve ser pautado tanto pelos recursos materiais quanto pelos simbólicos, pela mobilização de sujeitos sociais e políticos e pela ampliação do campo de ação da coletividade, para que, como consequência, aumente sua autodeterminação e liberdade de decisão, com referência a sustentabilidade. O turismo, no contexto estudado tem a possibilidade de assumir essas características e fortalecer as dinâmicas socioculturais e socioeconômicas locais.

Em Souza (2005), a produção tem que estar interligada, indissociavelmente à noção de desenvolvimento, enquanto estratégia social de sobrevivência e de geração de renda, uma vez que o crescimento econômico, oriundo do processo de industrialização tecnológico e informacional, acarretou consequências sociais.

Na dimensão regional, para Sousa, Oliveira & Carniello (2008) o desenvolvimento local ganha aderência e o turismo passa a ser um elemento importante para a geração de renda, trabalho e sobrevivência. As produções locais apresentam-se como alternativas de sobrevivência a determinados setores da sociedade enquanto

processos de geração de renda, podendo constituir-se como formalidade na informalidade, principalmente no campo das produções associadas ao turismo (PIMENTA & MELLO, 2014).

Em síntese, o turismo atrelado ao desenvolvimento, sem perder de horizonte as dimensões da cultura local, se torna importante também para que seja possível registrar as memórias, as identidades, os saberes e as produções de sentidos de determinados setores da sociedade.

Horlings e Marsden (2011) apontam que desenvolvimento econômico e competitividade são abordagens por demais limitadas para o tema do desenvolvimento regional, pois criam não só ‘vencedores’ como também ‘perdedores’. Os ‘vencedores’ geralmente estão em regiões ricas e valorizam os recursos naturais e os ativos locais. Os ‘perdedores’ concentram-se principalmente em regiões vulneráveis, sofrendo o esgotamento de seus recursos naturais e a ausência de ativos locais.

A manutenção do sentimento de progresso confere simetria e relação entre crescimento econômico e desenvolvimento, apesar dessa contestação ser crescente e trazer consigo a necessidade de novas métricas que permitam analisar o segundo desvinculando-o do primeiro. O social e as questões externas à compreensão da economia ganham força na análise sobre o desenvolvimento (PIMENTA, 2014, p. 50).

Apropriada as sugestões do autor ao tratar das diferenças entre crescimento econômico e desenvolvimento. O desenvolvimento traz questões econômicas, sociais e ambientais que extrapolam as consequências contidas nas concepções de crescimento e progresso. Nesses termos, o social, bem como as questões externas à compreensão da economia – cultura, turismo sustentável, valorização do saber-fazer do lugar, distribuição equânime de renda, identidades, experiências – ganham significado, sentido e força na ênfase sobre a importância da relação desenvolvimento e turismo.

As tentativas dos governos em trazer o desenvolvimento econômico do primeiro mundo para dentro de seus limites territoriais apontam as dificuldades de equiparação do estilo de vida dos países do núcleo orgânico com os países periféricos. Com a industrialização e a urbanização (característicos dos países ricos), estes governos ansiavam por atingir o nível de riqueza e poder dos países do núcleo. Todavia, a industrialização não cumpriu a sua promessa. O processo provocou incalculáveis custos humanos e ecológicos para a maioria das pessoas envolvidas e trouxe pouca equiparação com o padrão de riqueza estabelecido pelo Ocidente (ARRIGHI, 1997).

O desenvolvimento deve equilibrar as cinco diferentes dimensões (ambiental, econômica, social, cultural e espacial) e resultar em aumento da qualidade de vida da população e o esforço pela diminuição da pobreza, buscando-se sempre alternativas compatíveis com a capacidade de suporte dos ambientes naturais e culturais, evitando-se cair na armadilha da competitividade autodestrutiva (SACHS, 2008).

As proposições de Arrighi (1997) e Sachs (2008) mostram que o modo de produção industrial ocidental foi insuficiente para promover inserções sociais e econômicas decentes. O trabalho, no sentido de igualdades e acesso equânime, não foi capaz de gerar formas sustentáveis de inserções individuais, coletivas, ambientais e culturais. Esta instabilidade do modo de produção diminui as frentes de trabalho e a possibilidade de vida decente a todos, igualitariamente (SACHS, 2008).

O Estado e a sociedade civil têm buscado formas alternativas de inserção econômica e social para pessoas e grupos sociais de menor acesso as lógicas do atual modelo econômico. O turismo, enquanto atividade econômica com potencial de geração de renda, serviços e empregabilidade passa a ser uma aposta das diversas instâncias governamentais e não governamentais para o desenvolvimento de regiões e lugares caracterizados como não desenvolvidos (RABAHY, 2003).

Almejar o desenvolvimento nessa perspectiva implica a superação de políticas que consideram o desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico (excludente, concentrador de riqueza e oriundo de fontes exógenas) florescendo para a dinamização do crescimento econômico com outros fatores tais como: o crescimento do capital humano, o crescimento do capital social, a conquista da boa governança e o uso sustentável do capital natural.

2.1 Turismo como atividade de preservação socioambiental

A Organização Mundial do Turismo (OMT) é a agência das Nações Unidas responsável pela promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível, sendo a principal organização internacional no campo do turismo, promotora da atividade como o motor do crescimento econômico, o desenvolvimento inclusivo e da sustentabilidade ambiental (OMT, 2001).

Visando universalizar o conceito de turismo em todo o mundo, a OMT assim o definiu (2001, p. 38): “[...] o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócio ou outras”.

Ainda que a OMT se configure como uma organização que se preocupa com o desenvolvimento inclusivo e ambientalmente responsável, sua definição de turismo não apresenta esses elementos, fundamentais para que a atividade se desenvolva de forma harmônica entre homem, natureza, tempo e espaço.

Soares (2011, p. 70) alerta para o risco de considerar apenas os fatores econômicos, cuidando apenas do produto e do interesse dos turistas e esquecendo as populações locais:

Ao analisar a atividade sob a ótica do mercado, não se pode esquecer de que este assume as localidades como produtos turísticos, formados de atrativos naturais e culturais. Na ponta dessa cadeia produtiva, estão as ações de marketing, que suscitam e orientam a demanda por viagens, capitalizando o desejo e a disposição do consumidor em visitar determinado destino. Essa relação mercantilista da atividade turística, quando entregue à sua lógica própria de maximização incondicional dos lucros, pode provocar danos ambientais, culturais e sociais irreversíveis aos núcleos receptores e suas comunidades.

Os argumentos de Soares (2011) colocam em evidência a lógica das leis do mercado. Em torno do turismo ou da formação de processos de geração de renda associados ao turismo alerta-se para os riscos socioambientais e culturais provocados pela presença do turista face à concepção de ganhos financeiros a qualquer custo. Esse risco pode ser minimizado na medida em que a ordem natural e sociocultural e a estrutura local sejam preservadas.

Os conceitos mais recentes ampliam a definição de turismo, compreendendo-o como o estudo do deslocamento do homem, de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea, por prazer ou por negócios; e da indústria que atende às suas necessidades, seja no trajeto ou no destino, além dos impactos econômicos, socioculturais, físicos e ecológicos, que tanto o turista quanto a indústria, provocam na área receptora. Tem caráter econômico, financeiro, político, social e cultural e acontece pela combinação dos recursos naturais, culturais e sociais, que somados ao funcionamento de vários sistemas de serviços, possibilitam a sua exploração (BENI, 2001; OLIVEIRA, 2001; TRIGO, 2003; FERNANDES, MENEZES & SILVA, 2008).

A ótica dos autores não está na identificação da atividade turística, mas sim na diversidade dos fenômenos e das relações que nele se originam. Essa visão é compartilhada por Beni (2001, p. 18) ao afirmar que “o turismo como resultado do somatório de recursos naturais do meio ambiente, culturais, sociais e econômicos, tem campo de estudo superabrangente, complexíssimo e pluricausal”.

Percebe-se que os conceitos mais recentes abordam os impactos socioambientais e compreendem a atividade como uma combinação dos diversos recursos – naturais, culturais, sociais – presentes em uma localidade. Contudo, não são claros sobre o risco do desenvolvimento desordenado do turismo, provocando destruição ambiental e cultural e a desestruturação dos locais receptores.

Nos últimos 50 anos, o turismo vem se destacando com grande potencial de expansão em escala mundial. A partir dos anos 80, a aceleração do processo de globalização e de abertura das economias nacionais provoca verdadeira explosão na atividade de turismo, afigurando-se como uma das áreas da economia com grande êxito, bem como uma das que podem gerar um grande número de empregos, sendo notória a sua importância para o desenvolvimento de uma região. Daí a sua relevância para um país como o Brasil que possui um dos maiores potenciais turísticos do mundo, tanto em nível de atrativos naturais quanto culturais, espalhados em ambientes bastante peculiares (FERNANDES, MENEZES & SILVA, 2008).

Alguns fatores contribuíram para a sua expansão e têm atuado como aceleradores do processo de crescimento e globalização da atividade: o desenvolvimento do sistema de transporte e comunicação (qualidade e redução do tempo e dos custos), o aumento do número de viagens de negócios e as conquistas sociais tais como: férias remuneradas e finais de semana prolongados (SILVEIRA, 2002; CUNHA & CUNHA, 2005).

Somente no início da década de 90 é que se começa a avaliar os impactos dessa globalização e o papel desempenhado pelo turismo enquanto estratégia de promoção e desenvolvimento dos territórios, principalmente no que concerne à degradação ambiental e à homogeneização cultural. Passa-se a perceber que o crescimento desordenado da atividade pode ser nocivo às populações locais: agressão ao meio ambiente (poluição sonora, da água e visual, invasão de áreas protegidas), destruição de culturas e do patrimônio histórico (crescimento da violência, perda da identidade e cultura local, alterações de padrão de consumo), especulação imobiliária, entre outras perversidades, trazem a reboque a destruição do potencial da atividade turística, visto que a sua origem e a sua manutenção dependem da preservação desses recursos (CUNHA & CUNHA, 2005; FERNANDES, MENEZES & SILVA, 2008).

Apesar do potencial de desenvolvimento do turismo em todos os níveis, há poucos modelos de avaliação do impacto da atividade no desenvolvimento local. Os mais conhecidos são aqueles que avaliam o impacto sobre o emprego e renda; raros são

os que avaliam, de forma sistêmica, a influência positiva e negativa que o turismo tem sobre uma região e sua população, em termos econômicos, socioculturais e ambientais (CUNHA & CUNHA, 2005).

Seabra (2001, p. 27) corrobora ao afirmar que

Os exemplos de degradação ambiental e sociocultural decorrente do turismo são abundantes, assim como o são para outros setores industriais. Como na indústria extrativa, o turismo explora a matéria-prima até o total esgotamento; em seguida, ocorrem o abandono e a transferência para outros locais de exploração. Além do uso indiscriminado dos recursos ambientais, a indústria do turismo provoca danos socioambientais e socioculturais bem mais acentuados que muitas indústrias consideradas poluentes.

Da leitura proposta por Seabra (2001), não se pode ter a ingenuidade de que as atividades do turismo não são nocivas. Para este autor, nas atividades turísticas se registram danos socioambientais e socioculturais, uma vez que em determinadas situações se exploram a matéria-prima até o seu esgotamento. A questão também perpassa pelo processo de alteração no modo e no estilo de vida local, pois o turismo e o turista, ao chegar a uma localidade, não podem impactar as relações e as sociabilidades presentes na região visitada.

Na perspectiva do desenvolvimento local, a sociedade, o ambiente e a economia se reforçam reciprocamente já que a pluralidade social e cultural e a diferenciação produtiva (fatores endógenos) são recursos transformadores dos impulsos externos (fatores exógenos) que levam ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida das unidades territoriais, elevando as oportunidades sociais e a viabilidade competitiva da economia local, seja ela uma comunidade, um município ou uma microrregião (BUARQUE, 1999; OLIVEIRA & LIMA, 2003; CUNHA & CUNHA, 2005).

O turismo é uma das raras atividades econômicas que possui a capacidade de adaptação às características próprias de cada região e devido ao seu potencial de crescimento endógeno, por ser produto que somente pode ser consumido *in loco*, inclui-se entre os elementos motrizes com papel estratégico no desenvolvimento local, na geração de ocupações produtivas e renda aos trabalhadores, preservação cultural e conservação ambiental, criação de novas organizações, identidade cultural, desenvolvimento participativo e qualidade de vida. A atividade turística e o desenvolvimento local se fundem quando as características regionais (socioculturais e

ambientais) são respeitadas (BUARQUE, 1999; SOUZA, 2002; RABAHY, 2003; LENGLET & VIDAL, 2004; OMT, 2001; CUNHA & CUNHA, 2005).

O fluxo turístico submete o destino à organização para prover infraestrutura de suporte (transporte, hospedagem, educação para o turismo, etc.) e atração de turistas (eventos, gastronomia, exploração de recursos naturais, etc.), para o fortalecimento da atividade (FERNANDES, MENEZES & SILVA, 2008). O efeito multiplicador do turismo acaba por melhorar a vida da população local estimulando o surgimento e a expansão de outras atividades (RABAHY, 2003).

É preciso superar o modelo turístico de exploração como uma alternativa à perspectiva excludente e pautada exclusivamente na obtenção de lucros, que vem gerando impactos negativos de diversas ordens nas comunidades receptoras e encontrar um ponto de equilíbrio entre o turismo e o meio ambiente, através de práticas desenvolvidas sobre as bases da sustentabilidade.

Caracterizada como uma atividade carregada de signos, representações, resistência e valores sociais, o turismo demanda um modelo que perceba seu potencial de inclusão, imprimindo ações que se voltem para o desenvolvimento local e para a busca da qualidade de vida e respeito à sociodiversidade das comunidades receptoras, por meio da conservação da herança cultural e dos recursos naturais e paisagísticos, a fim de que a atratividade dos recursos não seja causa da sua degradação. Do contrário, a atividade turística comprometerá a sua própria sobrevivência (OLIVEIRA, 2001; SOUZA, 2002; SILVA, JESUS & FONSECA, 2011; LADWIG, 2012).

Sendo a concepção teórica sobre o turismo predominantemente econômica, a presença dos pilares da sustentabilidade na sua definição visa garantir, no planejamento e na execução de práticas de turismo, ações de conservação de locais históricos e das áreas naturais e a valorização e preservação dos saberes e da cultura local.

2.2 Regionalização do Turismo

Para Arretche (1996), a descentralização está relacionada à distribuição de poder e de território apresentando como objetivo a geração de maior eficácia, justiça social e democracia; sendo definida por Jacobi como uma “transferência ou delegação de autoridade legal e política aos poderes locais para planejar, tomar decisões e gerir funções públicas do governo central” (JACOBI, 2000, p.35). Desta forma, uma política pública elaborada a partir dos preceitos da descentralização proporcionaria aos

municípios maior liberdade para elaborar políticas que fossem condizentes com a sua realidade.

A descentralização e regionalização das políticas públicas de turismo no Brasil iniciou-se em 1994 com a implementação da Política Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que propunha uma gestão descentralizada, considerando as diferentes realidades dos municípios brasileiros, com a utilização de uma metodologia de planejamento do turismo com enfoque participativo, baseada na capacitação por meio de oficinas compostas por grupos de trabalhos em que todos os participantes, com base em perguntas e material orientador, constroem conhecimento apoiado na realidade individual (EMBRATUR, 2002).

A criação do Ministério do Turismo em 2003 foi um marco nas políticas de turismo no Brasil, tendo, de forma inédita, um órgão específico para o planejamento e gestão do turismo em nível nacional. Um ano após a criação do Ministério do Turismo e do Plano Nacional de Turismo (PNT), foi implementado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. A regionalização é a atual política pública de turismo, possuindo as instâncias de governança como representações chaves para a execução da política nas regiões e municípios. O Ministério do Turismo define então a regionalização do turismo como:

[...] modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões (BRASIL, 2004, p. 11).

A ideia de descentralização contida nas diretrizes do Ministério do Turismo está associada às tendências de redemocratização do país. Acredita-se que as responsabilizações de baixo para cima e horizontalizadas, desde que articuladas com os parâmetros nacionais que orientam as ações em torno do turismo, possam promover campos de cooperação que facilitem e ampliem as decisões de desenvolvimento local.

O estado de Minas Gerais é pioneiro na descentralização do turismo com a criação da Secretaria Estadual de Turismo em Minas Gerais (SETUR) em 1999, sendo que a regionalização do turismo em Minas Gerais é anterior ao Programa de Regionalização do Turismo em nível federal.

O desenvolvimento do turismo no estado até então esteve centrado no fomento da atividade em cidades históricas e termais. A criação da SETUR foi o primeiro passo para a construção de uma política pública de turismo baseada na descentralização e regionalização (EMMENDOERFER *et. al*, 2007, BOLSON, 2004).

Impulsionada pela política nacional do PNMT, em 2001 foi criada a Política de Circuitos Turísticos, que era baseada inicialmente no conceito de roteirização, inspirada em um modelo francês. Em virtude de interesses e necessidades políticas, o projeto foi modificado e se tornou o Programa de Regionalização do Turismo (OLIVEIRA, 2008).

Datado de 2001 em Minas Gerais e de 2004 no Brasil, a descentralização do turismo passa a ser trabalhada por meio da Regionalização. O programa de regionalização passa a considerar o planejamento regional do território, integrando municípios e sensibilizando os mesmos a desenvolver o turismo de forma conjunta.

Nesta nova estruturação, o Programa de Regionalização do Turismo primou pela criação das Instâncias de Governança Regionais, as quais o Ministério do Turismo identifica como:

[...] uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o Programa em âmbito regional (BRASIL, 2007, p. 16).

As instâncias de governança surgem como um espaço no qual existe a possibilidade de proporcionar aos municípios maior integração, onde os mesmos podem se interagir e compartilhar seus desafios e propostas, aproveitando melhor recursos técnicos, humanos e financeiros reduzindo gastos e ampliando as oportunidades.

Em Minas Gerais, os Circuitos Turísticos (CT's) são instâncias de governança, constituídos por associações sem fins lucrativos (podendo também se apresentar em outras formas jurídicas como agência de desenvolvimento regional ou Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, as OSCIPS) regidos por um estatuto e caracterizados como pessoas jurídicas de direito privado e formadas por representantes do poder público, setor privado e sociedade civil organizada (MINAS GERAIS, 2003).

Segundo o Decreto Lei 43.231, de junho de 2003, que institucionaliza os CT's em Minas Gerais, um CT

é um conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sócias e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional (...) através da integração contínua dos municípios (...).

Tomando como referência a experiência do CTCSM, o papel dos CT's é o de organizar, pensar, estruturar e desenvolver o turismo local e regional, em que se busque agregar um conjunto de municípios, próximos geograficamente e por dimensões culturais, sociais e econômicas semelhantes. Em grande medida, a aposta de um CT

deve ter foco na integração contínua dos municípios para o fim comum: desenvolver o turismo com perspectiva desenvolvimento da região.

De acordo com Emmendoerfer *et al.* (2007, p. 2) “a política dos ‘circuitos turísticos’ foi concebida como o meio de tornar mais abrangente e interligado o trabalho do turismo em Minas Gerais que era, até então, restrito a destinos turísticos segmentados”. Tal política buscava atrair maior fluxo turístico para uma região, assim como estimular a permanência destes turistas, tendo como consequência a movimentação do comércio e serviços turísticos de forma regionalizada (EMMENDOERFER *et al.*, 2007).

De acordo com Bolson (2004), o modelo regionalizado, implementado em Minas Gerais, permitiria a integração dos diversos atrativos, equipamentos e serviços de uma região e conseqüentemente o aumento da taxa de permanência e a renda gerada pela atividade. Provocaria também a superação do tradicional turismo mineiro, voltado para alguns poucos conjuntos patrimoniais (EMMENDOERFER *et al.*, 2007), demandando uma nova articulação de territórios e atores com vistas à sua colocação no mercado.

A ideia de se agrupar municípios em Circuitos Turísticos veio da necessidade de explorar melhor o potencial desse setor em Minas Gerais. À medida que se estimulava as tradicionais localidades turísticas do estado a promover uma revisão de seus posicionamentos e ações em relação ao turismo, vislumbrava-se a geração de oportunidades também para os municípios vizinhos.

Neste sentido, em Minas Gerais, os Circuitos Turísticos são a base territorial da Política de Regionalização do Turismo, sendo definidos como:

o conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma atividade regional. (DECRETO SETUR/MG n° 43.321).

Para atingir tal finalidade é importante que os municípios entendam as premissas da regionalização, compreendam a complexidade que envolve desenvolver o turismo e a importância de trabalhar de forma regional. Conforme Beni aponta,

[...] apenas as regiões que mostrarem mobilização para o desenvolvimento regional e clareza no processo decisório, além de entendimento da necessidade de trabalhar estratégias integradas de desenvolvimento é que conseguirão se beneficiar com as oportunidades existentes (BENI, 2006, p.31).

Não se trata de atividade tranquila. Nem todos os representantes do poder público local têm clareza do significado da ação institucional de um CT, muito menos da necessidade de trabalhar o turismo por meio de estratégias integradas entre municípios. Contudo, se aposta que a cooperação e a solidariedade entre municípios, em especial os de pequeno porte, tem maior possibilidade de sucesso na promoção do turismo no lugar.

A coordenação entre municípios menores e municípios mais desenvolvidos, que envolve a exploração de suas respectivas potencialidades e infraestrutura turística disponíveis na região, permite o desenvolvimento articulado da atividade turística, contribuindo para a diversificação das atrações e elaboração de roteiros turísticos, aumentando o tempo de permanência do turista na região (TEIXEIRA, VICENTIM & AGUIAR, 2006).

Criada em 2006 pelo governo de Minas Gerais, a Federação das Associações dos Circuitos Turísticos (FECITUR) é parceira da SETUR na implementação do programa de Regionalização do Turismo do Estado de Minas Gerais. Possui, atualmente, 35 entidades denominadas “Associações dos Circuitos Turísticos do Estado de Minas Gerais”³.

Minas Gerais possui 46 Circuitos Turísticos, apresentado na figura 1, distribuídos em 11 regiões diferentes: Central, Zona da Mata, Sul de Minas, Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Centro Oeste de Minas, Noroeste de Minas, Vale do Jequitinhonha, Vale do Mucuri e Rio Doce. O Sul de Minas é composto por 10 CT's, sendo eles: Águas, Caminhos do Sul de Minas, Caminhos Gerais, Malhas do Sul de Minas Gerais, Montanhas Cafeeiras de Minas, Nascentes das Gerais, Serras Verdes do Sul de Minas, Terras Altas da Mantiqueira, Vale Verde e Quedas D'água e Lago de Furnas.

A estratégia de formação dos circuitos aponta para o desenvolvimento de novos atrativos, conhecendo a oferta turística local, podendo ser diversificado por meio da criação de novos produtos turísticos como, por exemplo, os roteiros turísticos temáticos (FECITUR, 2016).

³ Disponível em <https://fecitur.org.br/sobre-nos/>. Acesso em 17 de julho de 2016.

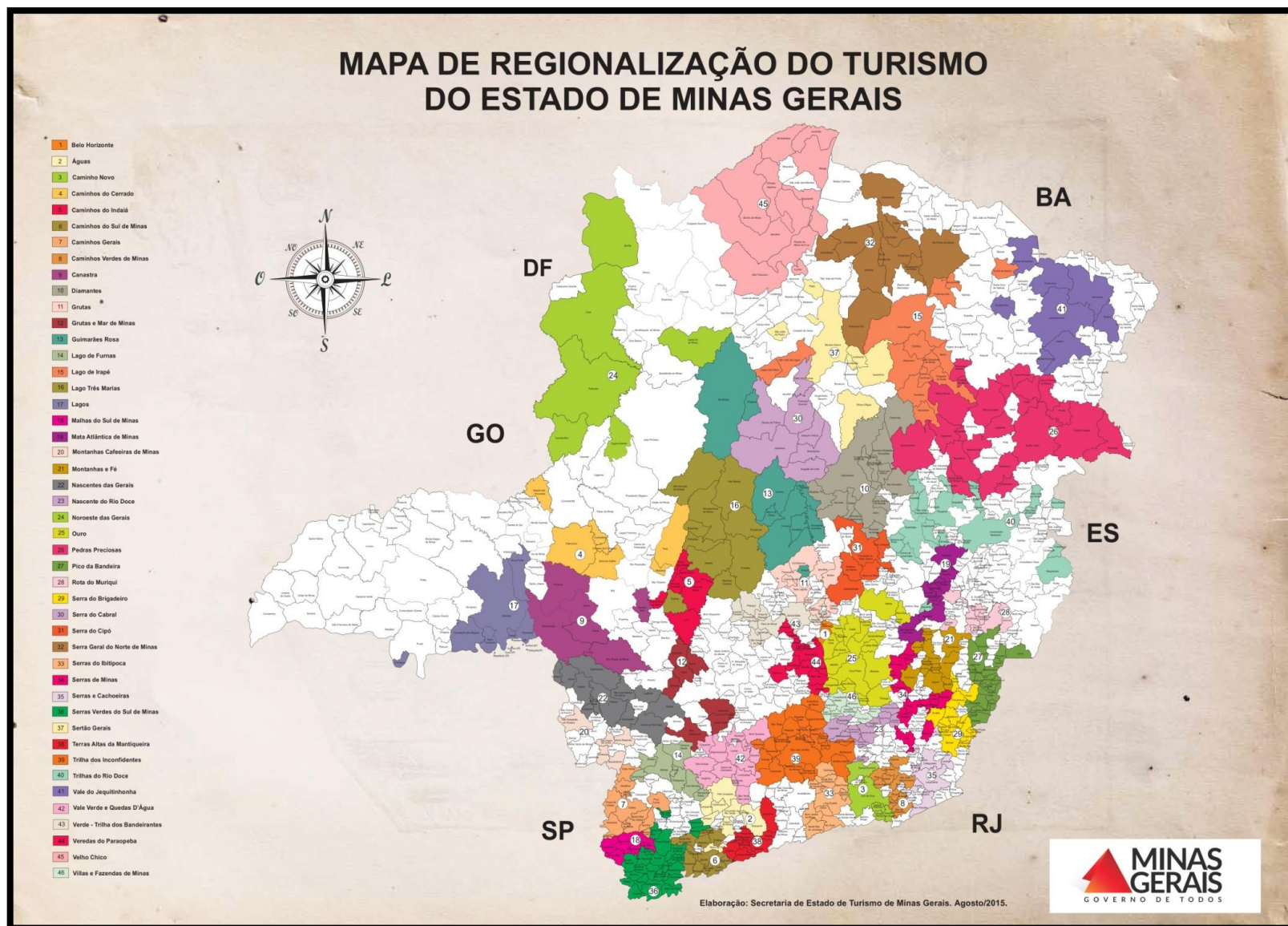


Figura 1: Circuitos Turísticos existentes em Minas Gerais
Fonte: Federação dos Circuitos Turísticos de Minas Gerais⁴

⁴A figura 1 apresenta o mapa de Minas Gerais contendo as subdivisões dos circuitos e foi incluído neste trabalho com o objetivo de apresentá-los de maneira geral. A legenda com os números, cores e nomes correspondentes a cada circuito pode ser nitidamente visualizada acessando a página da FECITUR no endereço <http://www.fecitur.org.br/os-circuitos/>.

2.3 Roteiros Turísticos: diversificação de atrativos

A direção e a intensidade dos impactos do turismo dependem da organização e interação dos atores sociais para atingir objetivos comuns de melhoria de qualidade de vida, aumento da competitividade e poder de atração turística, assim como a preservação e proteção do ambiente natural e cultural (CUNHA & CUNHA, 2005).

Para que o desenvolvimento do destino contemple os pilares da sustentabilidade, beneficiando os vários atores envolvidos, Buarque (1999) alerta que

Esse empreendimento endógeno normalmente demanda um movimento de organização e mobilização da sociedade local, explorando as suas capacidades e potencialidade própria, de modo a criar raízes efetivas na matriz socioeconômica e cultural da localidade (BUARQUE, 1999, p. 9).

A endogenia é a oportunidade de que os atores sociais identifiquem e explorem as potencialidades materiais e imateriais presentes na cultura local. Na cooperação entre municípios menores, a caracterização das estratégias comuns e afins parece ser um bom exercício de fortalecimento do turismo e de atração ao turista.

O recurso turístico representa o conjunto de atrativos locais, compondo um patrimônio natural e cultural, reunindo meio ambiente, clima, beleza natural, paisagens, hospitalidade, gastronomia, herança histórica, manifestações culturais e a interação com os habitantes locais. O recurso se transforma em produto turístico quando se estrutura para o uso e desfrute do turista, desenvolvendo uma infraestrutura que propicie o uso do recurso, seja na forma de bens e serviços urbanos disponíveis no município, seja sob a forma de equipamentos e serviços de hospitalidade disponíveis (CHIAS, 2007).

Um ou dois atrativos turísticos podem não ser suficientes para atrair turistas a uma determinada região ou município ou, se o são, não possuem capacidade de retê-los por um período prolongado, o que pode atenuar os efeitos multiplicadores da atividade turística. Assim, para tornar uma localidade mais competitiva convencionam-se, atualmente, integrá-la à roteiros turísticos compostos de atrativos semelhantes, os quais se complementem, visando a otimização e diversificação de seus atrativos (DANTAS & MELO, 2011).

Os roteiros turísticos constituem uma das principais formas de contextualizar os atrativos existentes em uma região e potencializar seu poder de atratividade, com a oferta de um conjunto de atrativos não mais dispersos e isolados. A combinação de atributos históricos, culturais, gastronômicos e geográficos apresenta-se como uma importante estratégia para o desenvolvimento e promoção do turismo em uma região (TAVARES, 2002).

No planejamento e estruturação dos roteiros turísticos, compreende-se que seu propósito abrange oferecer ao visitante a maior gama de informações, de forma objetiva, apresentando os atrativos e seus diferenciais, aguçando no turista seu interesse para conhecer cada atrativo. O quadro 1 apresenta algumas definições de roteiro turístico⁵:

Quadro 1: Conceitos de roteiro turístico

MONTEJANO, 1991, p. 210, tradução nossa.	[...] qualquer rota que passa por uma determinada área geográfica, que descreve e especifica os locais de passagem, estabelecendo etapas e levando em consideração as características turísticas próprias - naturais, humanas, histórico-monumentais – relacionadas com a área geográfica que se percorre em nível local, regional, nacional e internacional; a duração; os serviços de turismo - alojamento, meios de transporte, etc. – e as atividades a desenvolver.
SEBRAE, 2007, p. 40.	Trata-se de um pequeno plano de viagens em que o cliente tenha a descrição de todos a serem visitados, bem como o tempo de permanência em cada local ou destino e a noção dos horários para cada parada.
TAVARES, 2002, p. 14.	Roteiros turísticos são itinerários de visitação organizados. É um termo genérico utilizado para apresentação de itinerários e programações com a finalidade de turismo. Roteiros existem em qualquer parte onde esteja sendo praticado o turismo. Podem ocorrer também em diferentes ambientações, como em áreas urbanas ou rurais, regionais, nacionais, internacionais ou entre elas.
BAHL, 2004, p. 31.	Um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. Um roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar.

(continua)

⁵ Neste trabalho, rota, roteiro e itinerário estão sendo usados como sinônimos devido à semelhança dos conceitos.

Quadro 1: Conceitos de roteiro turístico

(continuação)

BRIEDENHANN & WICKENS, 2004, p. 72, tradução nossa.	O itinerário é visto como a produção de um conjunto de atividades e atrações que estimulam a articulação entre áreas distintas e servem de estímulo ao desenvolvimento econômico através do turismo.
CREATO, 2005, p. 13.	Roteiros são aqueles que abordam temas específicos, identificando e combinando as principais potencialidades do ambiente natural e cultural de uma região, interpretando-as, combinando-as e transformando-as em produtos turísticos comercializáveis.
MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 13.	Roteiro turístico é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Não tem obrigatoriamente um ponto inicial e um final. O turista começa a visitação de qualquer um dos destinos. Um roteiro turístico pode perpassar uma ou várias regiões e uma ou várias rotas – e ele é eminentemente temático.

Fonte: elaborado pela autora

Gonçalves e Ribeiro (2015) realizaram um levantamento dos conceitos de roteiros de vários autores, entidades, órgãos relacionados à área, dicionários especializados em turismo e de língua geral. Observa-se que há carência de um conceito consolidado que seja capaz de entrelaçar e se enquadrar nos novos desafios do turismo contemporâneo.

O conceito mais atual vem do Ministério do Turismo (MTur) e será o orientador deste trabalho. Sua principal característica é estabelecida pelos elementos que o compõem, não havendo uma sequência rígida quanto à ordem de visita, sendo que o visitante inicia seu passeio de qualquer ponto. O conceito do MTur dá autonomia ao visitante, já que ele pode decidir por onde começar e terminar. Em se tratando de circuito turístico, o turista pode estar hospedado em qualquer um dos municípios que o compõem e, portanto, pode partir de diferentes lugares.

Alguns manuais disponíveis oferecem procedimentos que orientam na elaboração de roteiros turísticos. Este trabalho irá considerar as publicações de ordem técnica do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), do SEBRAE, da CREATO Oficina de

Roteiros, indicadas por Cisne & Gastal (2009) e do MTur. O quadro 2 apresenta, de forma sucinta, os procedimentos indicados nos manuais desenvolvidos por essas instituições.

Quadro 2: Procedimentos para elaboração de roteiro turístico

Passo	CREATO (2005)	MTUR (2007)	SEBRAE (2014)
01	Combinação das atividades disponíveis.	Levantamento dos atrativos potenciais existentes.	Meio de transporte: como o turista chegará ao destino
02	Definição do perfil do público (segmento de mercado).	Análise e identificação do nível de atratividade dos recursos existentes.	Meios de hospedagem: locais onde o turista será acomodado
03	Descrição do roteiro (descritivo ou operador).	Acessibilidade, distâncias e tempo de permanência em cada atrativo.	Gastronomia e restauração: informações sobre a inclusão da alimentação ou não na hospedagem e as formas de alimentação durante os passeios
04	Especialização da equipe: desde a formatação do produto, comercialização e operação (guia).	Qualificação da mão de obra empregada.	Passeios, recreação e atividades: atividades turísticas disponíveis.
05	Base de Operação: nº mínimo e máximo de pessoas que cada atividade irá atender.	Oferta de equipamentos de hospedagem.	Segurança: avaliação da segurança e serviços de apólice de seguros.
06	Transporte: podendo ser vans, micro-ônibus, ônibus, veículos 4x4, cavalos e até a pé.	Oferta de equipamentos de alimentação e lazer.	-
07	Alimentação: podendo privilegiar a gastronomia local.	Oferta de serviços de apoio como transporte, guias, etc.	-
08	Informação: nível de informação oferecido sobre o produto (roteiro).	Acolhimento e hospitalidade comunitária.	-
09	Qualidade na segurança: mensuração dos riscos, possibilidades de acidentes e planejamento das medidas de contingência de fatores adversos.		-
10	Impactos: avaliação de impactos sociais, ambientais e econômicos no local visitado.		-

Fonte: elaborado pela autora

Os procedimentos norteiam as ações de planejamento e gestão, indicando os caminhos a serem seguidos para o seu desenvolvimento. Quanto mais detalhado for o procedimento, menores os riscos do resultado final não ser bem sucedido. Os procedimentos na elaboração de roteiros turísticos envolvem ações tanto relacionadas aos atrativos turísticos quanto ações de infraestrutura e treinamento. Esta pesquisa se propõe a colaborar com o detalhamento das ações relacionadas ao fomento e ligação dos atrativos turísticos, visando o fortalecimento da imagem do CTCSM.

É importante formar a imagem do local como um destino, uma “marca” que irá representar não apenas produtos e serviços, mas, principalmente, a experiência que pode ser vivida ali. Acredita-se que fomentar a culinária local através de um roteiro turístico pode ser um caminho para o desenvolvimento do turismo sustentável, mantendo esses costumes, garantindo a preservação dos saberes e fortalecendo a identidade regional (SANTOS, 2004). A forma como as pessoas moram, comem, bebem, divertem-se, rezam compõe um cenário completo para o turismo (VARGAS & CASTILHO, 2006).

Reconhecer as qualidades do produto local é uma forma de contribuir para tornar visível à sociedade a história por trás do produto, comunicando seus elementos culturais e sociais, possibilitando ao consumidor avaliá-lo e apreciá-lo devidamente, desenvolvendo uma imagem favorável do território em que o produto se origina (KRUCKEN, 2009).

Como saber construído ao longo dos anos, as comidas e bebidas típicas ganham cada vez mais importância como produtos do turismo cultural. Os pratos típicos constituem iguarias ligadas a um contexto histórico-cultural de interação do homem com o seu ambiente, com as características próprias de cada região, que permite ao turista uma aproximação com a vida da comunidade local, simbolizada tanto nos ingredientes utilizados, quanto nas preparações, utensílios e no modo de fazer o alimento (GIMENES, 2006).

O turista acaba por consumir a cultura do local, “uma vez que a gastronomia de um lugar traduz toda uma herança cultural, como clima, situação geográfica, especificidades dos solos, a história, a situação político social da região e do mundo, entre outros fatores” (ZUIN; ZUIN, 2008, p.116).

Na produção de alimentos tradicionais, destaque para localidades mineiras que ainda mantém costumes culinários como observado por Zuin & Zuin (2008, p. 115):

No Brasil, são poucas as regiões que ainda conservam as tradições e cultivam a produção de alimentos tradicionais. Geralmente, são regiões menos valorizadas economicamente, esquecidas tanto pelo poder público como pelo privado. Um exemplo seriam algumas localidades de Minas Gerais, onde um grande número de famílias mineiras ainda preserva os tradicionais costumes culinários, passando de uma geração à outra as suas

receitas que contêm os segredos e ingredientes da “comida mineira”. A simplicidade dos pratos e o feitiço familiar, aliados aos temperos ressaltam a qualidade desse tipo de comida, valorizando as suas características e despertando o interesse de turistas.

O sul de Minas, considerando os apontamentos de Zuin & Zuin (2008), traz a tradição culinária em suas práticas alimentares. Rica em festas e festejos populares mantém viva práticas culturais pautadas na comida e na bebida, em que os saberes, as receitas, os segredos e os ingredientes da comida mineira extrapolam gerações. O que, por si, desperta o interesse de muitos.

A comida mineira já foi tema da escola de samba Acadêmicos do Salgueiro, no carnaval do Rio de Janeiro de 2015. Com o samba-enredo “Do fundo do quintal, saberes e sabores na Sapucaí”, a escola foi a vice-campeã deste ano. A letra do samba traz a trama da história de Minas Gerais e o surgimento da culinária mineira, quando canta “O ouro desperta ambição; da fome nasce a criatividade; o branco, o negro e seus costumes; trazendo muito mais variedade; um elo em comunhão; e a culinária virou arte e tradição”⁶.

Pela sua importância nacional, foi instituído o dia 5 de Julho como o Dia da Gastronomia de Minas Gerais, através da Lei Nº 3.606/2012, que prevê o apoio, pelo Estado, para a realização de eventos e comemorações por ocasião desta data, visando valorizar a cultura e a tradição da culinária mineira.

Em pesquisa de demanda realizada pela Secretaria de Turismo de Minas Gerais (MINAS GERAIS, 2011), 22% dos gastos dos turistas que visitam Minas Gerais são com alimentação. Além disso, dos 13 aspectos analisados no nível de satisfação, a hospitalidade ficou em primeiro lugar e a gastronomia/restaurantes alcançou a segunda melhor nota de preferência na pesquisa. Outro dado afirma a força da comida mineira: a primeira imagem que vem à cabeça do turista quando ele escuta “Minas Gerais” é “gastronomia” (17,89%), seguido de “montanhas” (10,78%).

O projeto “Territórios Gastronômicos” é um estudo de 15 anos do *chef* de cozinha Eduardo Avelar, que realizou, junto com sua equipe, observações e experimentações em mais de 1.200 localidades em Minas Gerais, entre cidades, distritos e povoados. Os territórios foram definidos, dentro outros aspectos, a partir dos costumes culinários praticados nas regiões. A figura 02 apresenta as cinco áreas que foram delimitadas: Cerrado, Espinhaço, Rios, Central e Mantiqueira (AVELAR, 2016).

⁶ Fonte: página da escola de samba Acadêmicos do Salgueiro acessível em www.salgueiro.com.br/carnaval-2015/

A região da Mantiqueira é a segunda mais diversa, com 344 municípios. Ela está subdividida em outros 07 territórios, entre eles, a região denominada pelos pesquisadores de “Sul/Suíça”, com 53 municípios, dos quais 11 fazem parte do CTCISM. O território foi caracterizado pelo clima frio e de montanhas, pela presença de queijos finos, vinhos, doces finos, cristalizados e geleias, além de peixes das águas frias da Mantiqueira.

Destaques para os cafés especiais que estão entre os melhores do mundo, os azeites e as cervejas artesanais. Traz como produtos primários o leite, o café, os peixes (trutas), as águas, o pinhão e as frutas vermelhas e como produtos transformados, os queijos artesanais, as manteigas, os queijos finos e os azeites extravirgens (AVELAR, 2016).

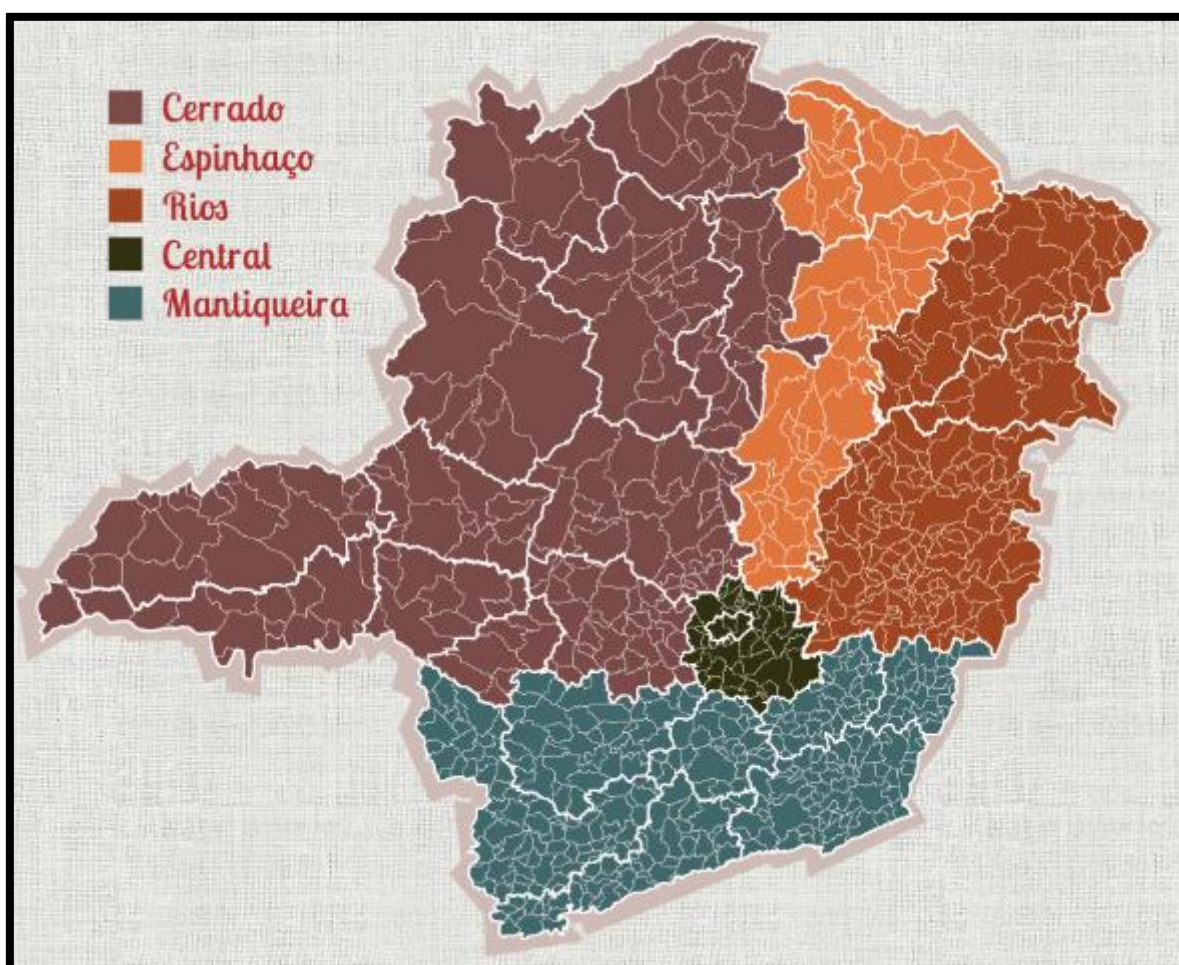


Figura 2: Territórios Gastronômicos chef Eduardo Avelar
Fonte: Territórios Gastronômicos⁷

Segundo Schlüter (2003, p.75), “as rotas gastronômicas, em função da cultura, têm por objetivo mostrar os valores culturais de determinadas localidades tendo como eixo os pratos típicos da região.” Como é considerada patrimônio por traduzir a identidade de um povo, a gastronomia adquire cada vez mais importância ao promover um destino e atrair fluxo

⁷ <http://territoriosgastronomicos.com.br/plus/modulos/listas/?tac=territorios-gastronomicos>

turístico, possibilitando aos visitantes a oportunidade de obter prazer através da refeição, apreciando a cultura de um lugar por meio da gastronomia (SCHLÜTER, 2003).

A gastronomia tradicional implica, ainda, no consumo de matérias-primas locais, pois as receitas são elaboradas com produtos agrícolas habitualmente utilizados pela comunidade local. “Tal fato contribui para o desenvolvimento da economia agrícola, pois a produção agroindustrial local induz à criação de postos de trabalho, permitindo a fixação da população ao mundo rural” (ZUIN; ZUIN, 2008, p.116).

As produções artesanais, industriais ou agropecuárias que detenham atributos naturais e/ou culturais de um povo, com capacidade de fomentar o turismo são consideradas e denominadas de Produções Associadas ao Turismo (PAT). Seu conceito foi desenvolvido para fins de planejamento e efetivação da política pública de turismo considerando a importância de diagnosticar segmentos que possibilitem a expansão e diversificação da oferta turística (BRASIL, 2011).

O desenvolvimento e associação de determinados produtos à atividade turística criam uma oferta diferenciada e estimula a cultura local tendo como consequência direta o aumento da autoestima dos responsáveis pela produção. Para tanto, é preciso a integração dos envolvidos, com a representação da diversidade de produtos, preservando os saberes e costumes locais e consequente preservação da atividade turística na região.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) apontou 117 atividades relacionadas à PAT em diferentes ramos econômicos (BRASIL, 2011). A atividade de serviços de alimentação apresentou a maior participação na produção das atividades características do turismo: 41,9%, com R\$ 89,5 bilhões de valor bruto de produção (IBGE, 2012). Entre 2003 e 2009, o crescimento no número de ocupações foi o segundo maior nos serviços de alimentação (acréscimo de 134 mil) (IBGE, 2012).

A PAT procura despertar o desejo pelos produtos associados ao destino visitado como objeto de recordação da experiência vivida. Ou ainda identificar oportunidades de vivências surpreendentes transformando as manifestações populares em atrativos turísticos, agregando valor aos destinos, beneficiando vários segmentos (agricultores, artesãos, comerciantes, prestadores de serviço, poder público), além de incentivar o estabelecimento de um ambiente de interação e colaboração entre os produtores locais e empresários do setor (BRASIL, 2011).

O projeto cultural “Caminhos de Pedra” em Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul, que tem como objetivo primordial o resgate cultural dos moradores da linha Palmeiro, no Distrito de São Pedro, conseguiu educar a comunidade que desacreditava que suas raízes

tivessem algum valor ou interesse, mas que hoje passaram a ter orgulho de sua história e de seu patrimônio cultural herdado (MIGUENS & CYRILLO, 2011).

A proposta sulista mostra como a experiência com o lugar parece ser fundamental, tanto para o turista, que pode vivenciar experiências genuínas, quanto para a comunidade, como uma via para a promoção do desenvolvimento local.

Oliveira & Kato (2015) traz o interesse pelo deslocamento em busca dos hábitos alimentantes na Amazônia, no Pará, no roteiro “Expedição Amazônia”, criado com o objetivo de promover o contato entre visitantes e visitados, baseado na troca de conhecimentos acerca da gastronomia da região.

O papel da gastronomia na qualidade dos destinos turísticos foi apresentado por Mascarenhas & Gândara (2014), trazendo a sua importância na formação de uma imagem positiva e de valorização da cultura e da identidade das comunidades. No campo das bebidas típicas, Guzmán & Cañizares (2008) tratam da criação de produtos turísticos utilizando das rotas enológicas em áreas rurais na província de Córdoba, na Espanha.

Superar o conceito simplista de turismo ‘que nos deixa no mesmo lugar’ (GUATARRI, 1992) implica no desenvolvimento da atividade como vivência de experiências singulares, para além do movimento de “chegar, estar e partir”, podendo ser pensado como intercâmbio de saberes, vivência de um momento único e inesquecível, ampliando para uma noção mais equânime como “Chegar, Respeitar, Trocar, Partir, Regressar”.

Elaborar roteiros que disponibilizem essa sensação pode ser uma possibilidade de fomento às produções com apelo turístico localizadas em regiões adjacentes, sendo uma via para garantir maior permanência do visitante na região, com consequentes gastos na economia local e o desenvolvimento regional através da atividade turística. Um importante instrumento para contribuir na articulação das produções presentes em regiões vizinhas é o SIG, que vem ganhando espaço no planejamento e gestão do turismo.

3. Tecnologia da Informação na Gestão do Turismo

Este capítulo tem a proposta de apresentar as escolhas teóricas privilegiadas sobre o tema das “tecnologias da informação” enquanto recurso estratégico às políticas e às ações organizativas em torno do turismo. Precisamente, apresenta-se o SIG com a perspectiva de que o uso desta tecnologia poderá facilitar a organização de diferentes equipamentos e serviços turísticos, no sentido de potencializar os processos de tomada de decisão e, conseqüentemente, ampliar os campos de desenvolvimento local e regional. A pretensão está pautada em pesquisa que fazem a relação entre tecnologia e turismo.

A análise de estudos referenciais da produção científica em Turismo de Rejowski (2010) notou que são raros os estudos que integram diferentes áreas de conhecimento e sugere discussões que promovam o diálogo interdisciplinar entre o Turismo e áreas como a Ciência da Informação, Comunicação, Geografia e/ou Administração. Os SIG's favorecem os estudos com caráter multidisciplinar, pois apresentam vantagens de análise e de integração de informação diferenciada.

O frenesi das mudanças ocorridas no mundo conduziu a sociedade e as organizações à Era da Informação e do Conhecimento. Os recursos estratégicos básicos da Era Industrial rendem-se a outros recursos: a informação e o conhecimento, apoiados pela tecnologia (ALBERTIN, 2008).

Essa turbulência no ambiente organizacional, que gera um clima de incerteza para a tomada de decisão, encoraja os gestores a compreender o aporte que as tecnologias podem oferecer à gestão estratégica da informação que nas pequenas organizações é quase inexistente, pois não se registra o conhecimento amplo de suas informações úteis nem de suas respectivas fontes (MORAES, TERENCE & FILHO, 2004).

As diretrizes fundamentais da mudança são tecnológicas e irreversíveis à medida que as modernas tecnologias de informação e de comunicação permitem melhorar a qualidade de vários aspectos das organizações (BALDWIN, 1991; ALBERTIN, 2008). Considerando o contexto, que incluem as diferentes características organizacionais, do indivíduo e da própria tecnologia, as TIC's podem contribuir para a criação de novos modelos de gestão e empreendimento (ANGELONI, 2003; ALBERTIN, 2008).

A transformação do conceito e usabilidade da informação nas organizações aconteceu da seguinte forma: na década de 50 considerava-se a informação um requisito burocrático necessário, que contribuía para reduzir o custo do processamento de muitos papéis. Da década de 90 até os dias atuais, passou a ser reconhecida como um recurso estratégico, uma

prerrogativa que garante a permanência das organizações (LAUDON e LAUDON, 2011). Com a revolução tecnológica, a visão geral é de que a produção passa a ser intensiva em conhecimento (DOWBOR, 1998).

Pequenas organizações⁸ no geral não possuem sistemas informatizados e seus controles são feitos quase que exclusivamente por meio de papeis, exigindo grande esforço para localizá-las. Além disso, informações importantes são retidas com exclusividade e chegam tarde, quando não chegam sem qualidade. Contudo, as facilidades para aquisição de materiais e equipamentos de informática e a onda de gestão integrada por *software* parecem incentivar as organizações mais modestas a investir em sistemas de informação, visando seus benefícios quanto ao tempo otimizado, à organização, à facilidade de obtenção de informações, à previsão e entre outros aspectos que contribuirão para o êxito das pequenas organizações (OLIVEIRA, 1998; BERALDI, 2000).

A gestão das informações turísticas com vistas ao desenvolvimento desta atividade, que se mostra com desempenho excepcional nos anos anteriores a 2010, mas com muitos desafios para o seu amadurecimento (IPEA, 2010), pode valer-se das tecnologias da informação, mais precisamente os sistemas de informação geográfica, para colaborar nos processos de tomada de decisão e conseqüente desenvolvimento local.

A apresentação das Tecnologias da Informação, na forma de Sistemas de Informação Geográfica, se caracteriza, nesta pesquisa, como instrumento de apoio às decisões dos gestores do turismo. Além disso, essa pretensão enfatiza a discussão sobre a relevância da qualidade das informações para o processo de tomada de decisão dentro das organizações, como elemento fundamental para a elaboração de estratégias eficientes para desenvolvimento do turismo. Em outros termos, os sistemas de informação, mais especificamente os SIG's, têm sido cada vez mais utilizados na organização dos recursos turísticos no espaço, bem como para a elaboração de roteiros turísticos temáticos, o que é o caso deste trabalho.

3.1 A Informação como Bem Intangível

A gestão organizacional baseada nos modelos *taylorianos* está sendo suplantada por novos modelos de gestão, com a mudança do ponto central nos bens tangíveis para os bens intangíveis (ANGELONI, 2003). Dos bens intangíveis relevantes para o gerenciamento das organizações, destaca-se o dado, a informação e o conhecimento como sendo hoje os bens de

⁸ Neste caso, utilizou-se da expressão “pequenas organizações” da perspectiva de Longenecker (2007), compreendendo-as como empresas de pequeno porte mantidas por uma ou poucas pessoas, com suas atividades são localizadas geograficamente em uma só região em comparação a outras empresas do mesmo setor.

maior valor e os subsídios essenciais à comunicação e à tomada de decisão (ANGELONI, 2003; ROSSETTI & MORALES, 2007).

A tomada de decisão ocorre a todo o momento dentro das organizações quando nos deparamos com um problema que apresenta mais de uma resposta, ou quando possuímos uma única opção e precisamos decidir descartá-la ou escolhê-la. Ela implica em um processo de escolhas e abdições e apresenta riscos e dificuldades: a racionalidade limitada do decisor, a complexidade, a incerteza inerente à decisão, os objetivos múltiplos que se inter-relacionam e a possibilidade de diferentes perspectivas levando a diferentes conclusões de análise (SIMON, 1977; ROLDAN E MIYAKE, 2004; CLERICUZI, ALMEIDA & COSTA, 2006).

O modelo clássico inteligência-concepção-escolha de Simon (1977) prevê quatro fases sequenciais em um processo de decisão: ter a inteligência da situação (identificação); forjar diversas situações possíveis (conceber, modelizar); escolher a mais satisfatória; retorno à fase dois ou até mesmo à fase um, para aperfeiçoar a decisão, que ele chamou de *review*.

A figura 3 apresenta os elementos intervenientes na tomada de decisão e propõe-se a despertar o debate de que dado, informação e conhecimento devem ser versados como uma cadeia de agregação de valor, sendo elementos essenciais à tomada de decisão e, por conseguinte, não devem estar circunscritos na cabeça dos indivíduos organizacionais, mas compartilhados mediante um sistema de comunicação bem estabelecido (ANGELONI, 2003).



Figura 3: Elementos intervenientes na tomada de decisão
Fonte: ANGELONI, 2003, p. 21

Dados, informações e conhecimentos são fundamentais no processo de tomada de decisão e na elaboração de estratégia para melhorar o desempenho dos negócios. Estes estão diretamente ligados à quantidade e qualidade de informações disponíveis para os tomadores de decisão e, portanto, nenhuma estratégia será melhor do que a informação da qual deriva. O que determinará a primazia de uma organização será sua capacidade de coletar, organizar, analisar e efetuar mudanças a partir de informações consistentes. O uso de um eficiente sistema de informação poderá permitir acesso a dados, informações e conhecimentos de

qualidade e em tempo hábil para a tomada de decisão (GUTIERREZ, 1999; REZENDE, 2002; ANGELONI, 2003; ROSSETTI & MORALES, 2007; ALBERTIN, 2008).

Dados são elementos brutos que, ao serem processados e dotados de relevância, transformam-se em informações. A informação processada pelo indivíduo, contextualizada, recebendo significado e interpretação, torna-se conhecimento (DAVENPORT, 1998; ANGELONI, 2003). O grande desafio dos tomadores de decisão é o de transformar dados em informação e informação em conhecimento, aliviando as distorções individuais nesse processo de transformação (ANGELONI, 2003). O quadro 3 traz uma síntese do conceito de cada elemento da tomada de decisão.

Quanto melhor a qualidade dos dados e informações melhores as possibilidades de identificar problemas e oportunidades, compreender melhor os processos, alocar de maneira mais eficiente os diversos recursos disponíveis, melhorar o planejamento e o controle do negócio, elaborar estratégias de comunicação eficientes, transmitir com clareza os valores organizacionais, definir melhor as responsabilidades, gerenciar comportamentos, reconhecer e gratificar desempenhos (ALBERTIN, 2008).

Quadro 3: Dados, Informação e Conhecimento.

Dados	Informação	Conhecimento
<p>Simple observações sobre o estado do mundo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilmente estruturado • Facilmente obtido por máquinas • Frequentemente quantificado • Facilmente <u>transcrível</u> 	<p>Dados dotados de relevância e propósito</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requer unidade de análise • Exige consenso em relação ao significado • Exige necessariamente a mediação humana 	<p>Informação valiosa da mente humana. Inclui reflexão, síntese e contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> • De difícil estruturação • De difícil captura em máquinas • Frequentemente tácito • De difícil transferência

Fonte: adaptado de Davenport (1998)

Torna-se cada vez mais relevante o uso de ferramentas que auxiliem no processo de tomada de decisão, como os sistemas de informação, que possibilitam melhores tomadas de decisão e maiores chances da organização alcançar seu (s) objetivo (s). Um Sistema de Informação “é um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam, manipulam e disseminam dados e informações para proporcionar um mecanismo de realimentação para atingir um objetivo” (STAIR & REYNOLDS, 2006). Tais componentes, “constituem um conjunto organizado de pessoas, hardware, software, redes de comunicações e recursos de dados” (O’BRIEN, 2004).

Contudo, esses modelos trazem consigo um fascínio, como se o puro e simples desenvolvimento da tecnologia tivesse a competência de provocar uma mudança ideológica e paradigmática no modelo de gestão ou de sucesso de alguma atividade específica (PITASSI & LEITÃO, 2002).

A tecnologia não é capaz de determinar nada por si só, pois é utilizada dentro de um contexto político-ideológico mais amplo. A visão instrumental aplicada ao processo de implantação dos sistemas de informação resulta na deformação do entendimento da natureza da informação, da linguagem e da comunicação com sérias consequências para as organizações produtivas (PITASSI & LEITÃO, 2002, p. 78).

Da perspectiva dos autores mencionados, a tecnologia, enquanto ferramenta, suporte aplicável às dinâmicas do turismo, deve superar aos interesses de grupos ou às determinações ideológicas, uma vez que esse caminho pode provocar posições distorcidas ao entendimento e à segurança da informação a ser utilizada. Implica reconhecer que a tecnologia, por ela, não assume um campo preciso informacional, por ser uma estrutura de linguagem e de comunicação carregando as consequências da qualidade da informação sistematizada.

Em outros termos, a intuição, a racionalidade e a percepção podem influenciar uma decisão. É ilusória a crença de que uma decisão poderá ser tomada totalmente baseada em processos racionais, pois há problemas que não são resolvidos por meio de regras ou nem sempre é possível ter acesso a todos os dados ou ainda, por saber-se que o sujeito decisor é dotado de sentimento (ANGELONI, 2004; MAXIMIANO, 2009).

A diferença entre racionalidade e intuição está na proporção de informação, de um lado, e opinião e sentimentos, de outro. Quanto maior a base de informação, mais racional é o processo. Quanto maior a proporção de opiniões e sentimentos, mais intuitivo se torna. A racionalidade e a intuição são atributos humanos complementares e não concorrentes (MAXIMIANO, 2009, p.71).

A posição de Maximiano (2009) se caracteriza como sistemas tecnológicos de informação, para além dos determinismos políticos-ideológicos, em que combina e converge racionalidade e intuição. Esses elementos, para este autor, são constitutivos das relações humanas e não devem ser desprezados ou privilegiados assimetricamente, pois são complementares, não concorrentes.

Angeloni (2003) observa que o tomador de decisão deve ter a consciência de que o maior desafio não é o de obter os dados, as informações e os conhecimentos, mas sim a aceitação de que, no processo de codificação/decodificação, as distorções ocorrem, pois dependem dos modelos mentais de cada indivíduo. Por outro via, ainda sobre a perspectiva do

autor mencionado, a tecnologia pode ser usada como instrumento para amenizar essas distorções.

3.2 Sistemas de Informação Geográfica e Turismo

O uso de um sistema de informação dá-se para atingir basicamente os seguintes objetivos: alcançar a excelência operacional (produtividade, eficiência, agilidade); desenvolver novos produtos e serviços; estreitar o relacionamento com o cliente e atendê-lo melhor (marketing contínuo, vendas e serviços, customização e personalização); melhorar a tomada de decisão (em termos de precisão e rapidez); suporte às estratégias em busca de vantagens competitivas; assegurar a sobrevivência (O'BRIEN, 2004; LAUDON & LAUDON, 2011).

As organizações usam diferentes tipos de sistemas de informação para apoio na tomada de decisão conforme as necessidades de cada grupo de gerência (operacional, média e sênior) e diferentes níveis da organização (LAUDON & LAUDON, 2011). Os principais sistemas para apoio na tomada de decisão são: Sistema de Processamento de Transação (SPT) que oferece suporte a atividades repetitivas vitais e ao pessoal administrativo; Sistema de Administração do Conhecimento (SAC) que oferecem suporte a todos os tipos de necessidade de informações corporativas dos funcionários; Sistema de Informação Gerencial (SIG⁹) que dá suporte a atividades funcionais e aos administradores; Sistema de Apoio a Decisão (SAD) que proporciona suporte à tomada de decisões pelos administradores e analistas (TURBAN, McLEAN & WETHERBE, 2004; LAUDON & LAUDON, 2011).

Sprague e Carlson (1982) consideram que um SAD não deve ser construído para tomar decisões, mas para auxiliar o homem em sua missão de decidir. Diante disso, pode-se entender que o SAD não reproduz o problema de forma exata, mas possibilita avaliar padrões de comportamento do sistema e aprimorar modelos mentais compartilhados pelos tomadores de decisão.

Os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) são um tipo de SAD, geralmente compostos de diversos subsistemas ou módulos para armazenamento e recuperação de dados espaciais e atributos relacionados (banco de dados); análise de dados, normalmente incluindo diversos métodos estatísticos; visualização de dados; e obtenção de resultados de análises estatísticas, na forma de tabelas, gráficos e geração de relatórios, mapas e modelos digitais (BURROUGH, 1998).

⁹ A sigla SIG é usada, em português, tanto para indicar um dos tipos de sistemas de apoio gerencial, o Sistema de Informação Gerencial, quanto para indicar um dos tipos de Sistema de Apoio à Decisão, o Sistema de Informação Geográfica.

Na descrição geral do SIG realizada por Davis & Câmara (2001), os autores apresentam uma dualidade básica para o SIG, o requisito de armazenar a geometria dos objetos geográficos e de seus atributos e alertam que

Devido a sua ampla gama de aplicações, que inclui temas como agricultura, floresta, cartografia, cadastro urbano e redes de concessionárias (água, energia e telefonia), há pelo menos três grandes maneiras de utilizar um SIG: como ferramenta para produção de mapas; como suporte para análise espacial de fenômenos; como um banco de dados geográficos, com funções de armazenamento e recuperação de informação espacial. Estas três visões do SIG são antes convergentes que conflitantes e refletem a importância relativa do tratamento da informação geográfica dentro de uma instituição (DAVIS & CÂMARA, 2001, p. 02).

Para esses autores, o SIG pode ser utilizado de diferentes maneiras, face suas inúmeras aplicabilidades. Neste trabalho privilegiou-se o sistema convergindo sua potencialidade de produção de mapas, com *status* de suporte para análise espacial do fenômeno estudado e para servir como banco de dados para que o CTCSSM possa, futuramente, modificar, reorganizar e fazer uso dos dados sistematizados. Na linha dos pesquisadores citados, essas visões sobre o SIG não são conflitantes, bem como fortalecem a importância da informação geográfica para as atividades turísticas e organizações de propostas de turismo.

Dentre as onze funcionalidades básicas de um SIG definidas por Davis & Câmara (2001), destaca-se aquelas que mais se relacionam ao SIG e não a qualquer sistema de informação:

- a) Representar graficamente informações de natureza espacial, associando a estes gráficos informações alfanuméricas tradicionais. Representar informações gráficas sob a forma de vetores (pontos, linhas e polígonos) e/ou imagens digitais (matrizes de pixels).
- b) Recuperar informações com base em critérios alfanuméricos, à semelhança de um sistema de gerenciamento de bancos de dados tradicional, e com base em relações espaciais topológicas, tais como continência, adjacência e interceptação.
- c) Realizar operações de aritmética de polígonos, tais como união, interseção e diferença. Gerar polígonos paralelos (*buffers*) ao redor de elementos ponto, linha e polígono.
- d) Oferecer recursos para a visualização dos dados geográficos na tela do computador, utilizando para isto uma variedade de cores.
- e) Interagir com o usuário através de uma interface amigável, geralmente gráfica.

As categorias de análise envolvem diferentes noções de espaço, entre elas tem-se: espaço-físico, espaço-distância, espaço-social, espaço-valor, espaço-suporte entre outras, onde as informações podem ser armazenadas como propriedade (tais como altitude, densidade de

população entre outras) em colunas, para dispor um depósito de todas as características disponíveis de um determinado local em linhas (como por exemplo: municípios, bairros, setores, etc.).

Dentre as necessidades de aplicação do geoprocessamento, de maneira geral, têm-se, no Brasil, seis segmentos, segundo Davis & Câmara (2001):

(1) Cadastral: destinado ao cadastro rural e urbano, realizado geralmente pelas prefeituras para consulta a bancos de dados espaciais e apresentação de mapas e imagens.

(2) Cartografia Automatizada: realizada por instituições produtoras de mapeamento básico e temático, faz-se essencial dispor de ferramentas de aerofotogrametria digital e técnicas sofisticadas de entrada de dados e de produção de mapas.

(3) Ambiental: tem como capacidades básicas integração de dados, gerenciamento e conversão entre projeções cartográficas, modelagem numérica de terreno, processamento de imagens e geração de cartas e estão ligadas às instituições das áreas de Agricultura, Meio-Ambiente, Ecologia e Planejamento Regional.

(4) Concessionárias/Redes: apresentam duas características básicas: a forte ligação com bancos de dados relacionais e a capacidade de adaptação e personalização e são aplicados às concessionárias de serviços (Água, Energia Elétrica, Telefonia).

(5) Planejamento Rural: de uso das empresas agropecuárias que necessitam planejar a produção e distribuição de seus produtos, possui as mesmas características básicas do segmento anterior.

(6) *Business Geographic*: neste segmento, temos as empresas que necessitam distribuir equipes de vendas e promoção ou localizar novos nichos de mercado. As ferramentas de SIG devem prover meios de apresentação dos bancos de dados espaciais para fins de planejamento de negócios. Em especial, os SIG's devem ter ferramentas de particionamento e segmentação do espaço para a localização de novos negócios e alocação de equipes.

O uso do SIG tem se intensificado no planejamento das atividades turísticas já que possibilita a estruturação, gerenciamento e espacialização das informações territoriais via georreferenciamento, organizando as informações em camadas, conectando-as em tabelas de atributos alfanuméricos e compostos pela capacidade de inter-relação espacial (LADWIG, 2012).

O uso do SIG para o planejamento e seleção de áreas aptas ao turismo é defendido por Veiga & Silva (2001) que apresentam algumas funcionalidades deste sistema para investigar essas áreas: facilidade de acesso (localização das rodovias), afastamento de áreas densamente

povoadas e degradadas, declividade, existência de infraestrutura, existência de atrativos naturais, existência de riscos de inundação e restrições de uso para atividades turísticas.

O desenvolvimento de novas técnicas e tecnologias de análise e interpretação do espaço tem avançado cada vez mais e contribuído para o incremento de novas técnicas de análise nesta área. O lançamento de satélites, programas de computador e a internet têm colaborado para a divulgação de informações e a democratização do conhecimento. A distribuição espacial de dados referentes ao espaço geográfico tem sido cada vez mais comum para a apreensão e elucidação de questões mais diversas. Sendo assim, os SIG's mostram-se também de grande utilidade para aplicação no turismo (POLIDORO & BARROS, 2010).

As potencialidades desses sistemas para gerir as informações relacionadas à atividade turística têm despertado o interesse dos atores relacionados a este setor (fornecedores, turistas e intermediários) de tal forma que a evolução destes sistemas já apresenta características muito próprias (RAMOS, 2010). Ramón Morte (1997) argumenta que os SIG's têm sido largamente utilizados na ordenação do território e gestão do espaço turístico, destacando-se as seguintes funções desempenhadas:

- A. Integração da atividade turística nas tarefas de planejamento;
- B. Elaboração de sistemas de informação para o planejamento espacial e suportes lógicos para a tomada de decisões;
- C. Análise da paisagem e atividades de expansão turística rural/urbana;
- D. Prevenção de riscos naturais em espaços turísticos;
- E. Controle da atividade turística em espaços naturais protegidos;
- F. Impacto ambiental da atividade turística;
- G. Estudos de qualidade ambiental nos espaços turísticos;
- H. Gestão da qualidade das infraestruturas e serviços;
- I. Inventários sobre recursos e produtos turísticos de uma região;
- J. Capacidade de uso do território com fins turísticos;
- K. Promoção turística em espaços de interesse público;
- L. Análise multicritério, elaboração de modelos, simulação e estudos de exploração (localização de hotéis, futuras áreas de urbanização etc.).

Duque & Mendes (2006) reforçam o uso do SIG na gestão do espaço turístico, por meio do cruzamento de informações: a distribuição dos atrativos em relação aos diversos equipamentos (hospedagem e alimentação); a infraestrutura turística e de apoio e mapeamento espacial dos principais polos emissores de turistas e seus trajetos até o local turístico; a

caracterização da demanda de cada atrativo, permitindo ao gestor do turismo identificar desequilíbrios entre oferta e demanda, intervindo por meio de estratégias e ações.

Servindo-se da tecnologia de Sistemas de Informação Geográfica para a gestão da cadeia produtiva do turismo, contribui-se para o fomento desta atividade com consequente desenvolvimento socioeconômico da região estudada.

A diversidade das produções associadas ao turismo demanda uma organização espacial, formal e funcional. A função do SIG no planejamento turístico deriva tanto do processo de construção e gestão da informação como de sua exploração. Um grande benefício da aplicação do SIG no planejamento turístico é a possibilidade de gerenciar informações referenciadas geograficamente, organizada em camadas, conectadas a tabelas de atributos alfanuméricos e dotados de capacidade de inter-relação espacial. Esta interação gráfica e alfanumérica irá produzir uma nova informação que possibilitará criar e analisar uma nova realidade geográfica, cujo uso é vantajoso tanto para o planejamento como para a divulgação e promoção do produto turístico (LADWIG, 2012).

De forma geral, a informação geográfica pode ser definida por qualquer informação física, social, biológica, econômica, ecológica, ambiental etc., que possa ser associada ou relacionada a um posicionamento sobre a superfície terrestre. Se uma determinada informação geográfica possui um propósito turístico e uma localização espacial sobre a superfície terrestre, vinculada a algum sistema de posicionamento, esta caracteriza uma informação turística geográfica. Na grande maioria dos casos, a informação turística poderá ter uma associação entre dados e informações não geográficas e geográficas (FERNANDES, MENEZES & SILVA, 2008).

Os SIG possibilitam a capacidade de análise da adequabilidade de um determinado produto turístico, na medida em que, além da referida integração de informação de fontes diversas, permite o conhecimento das condições de um local, facilita a visualização dos dados e, fundamentalmente, dos resultados/cenários esperados, nomeadamente por meio dos mapas (FARSARI & PRASTACOS, 2007).

Vislumbra-se contribuir para o desenvolvimento do destino estudado, a região do CTCSSM, adotando as noções espaciais no processo de tomada de decisão por parte dos gestores do turismo, além da formatação de novos produtos turísticos. A aplicação dos SIG ao Turismo, desenvolvida nesta pesquisa, reporta-se à elaboração de Roteiros Turísticos. Algumas pesquisas já demonstraram sua relevância e aplicação.

Santos (2014) apresenta o SIG no planejamento territorial, como ferramenta de elaboração de roteiro turístico cultural autoguiado em Sergipe, para diversificação do turismo

para além da prática de “sol e praia” neste estado que ainda não tem a atividade consolidada. O SIG foi utilizado para cadastrar os dados levantados no processo de inventariação turística, a fim de elaborar mapeamentos que apresentem roteiros turísticos culturais para a cidade de São Cristóvão.

A pesquisa alerta para a necessidade de desenvolver recursos visuais e gráficos que indiquem o percurso a ser realizado, a direção a seguir, os elementos a serem destacados (atrativos, equipamentos e serviços turísticos), entre outros, propondo a elaboração de roteiros turísticos culturais a partir da utilização do SIG. Entretanto, o trabalho apenas sugere o uso deste instrumento, mas não realiza a aplicação e a descrição dos procedimentos de elaboração dentro do SIG (SANTOS, 2014).

A proposta de Nóbrega *et al.* (2011) apresentou o uso do SIG na composição de roteiros (eco) turísticos na área de proteção ambiental (APA) de Algodal/Maiandeuá, no Pará, fazendo-se uso das trilhas existentes na região. Sua proposta pretendia identificar um caminho que pudesse ser utilizado dentro da atividade (eco) turística e na interpretação ambiental como ferramenta de preservação da APA.

O SIG foi utilizado na confecção da base cartográfica e na composição dos mapas digitais com base nos dados levantados (imagens de satélite, coordenadas geográficas, fotografia e descrição dos atrativos naturais). As trilhas foram nomeadas de forma temática, apresentando os pontos (atrativos) em cada trilha, sua extensão, tempo médio para realizar o percurso, classificação conforme seu formato realização de forma autoguiada ou com a necessidade de guia. Os autores sugerem o uso desta tecnologia atrelada a uma análise da oferta de diferentes equipamentos e serviços turísticos do local como meios de hospedagem, entretenimento e lazer, bares e restaurantes, transporte, casas de show, museus, lojas de artesanato, feiras, dialogando os todos os atores (NOBREGA *et al.*, 2010).

O trabalho de Bessa *et al.* (2014) utiliza do SIG para articular dados das Aldeias Vinhateiras do Douro, em Portugal, de altimetria, hidrografia, rede viária, rede ferroviária, rede de caminhos adequados ao pedestrianismo e patrimônio construído (no qual se incluem os serviços úteis aos turistas), que foram posteriormente categorizados em atividades e lazer; mobilidade e transportes; alojamentos; restauração e comércio; outros serviços. A base de dados geográfica montada a partir desses levantamentos apresenta características do local como: designação, localização descritiva, coordenadas geográficas, descrições do local/monumento/atividade de interesse ou do serviço.

O levantamento dos dados, as categorizações e a criação da base de dados serviram para desenvolver uma ferramenta que permitirá a elaboração de roteiros pelo próprio usuário

usando plataforma *WebSIG*, caracterizados quanto a sua sustentabilidade com base na emissão de CO², complementados com informações descritivas dos locais e pontos de interesse da área envolvente (BESSA *et al.*, 2014). Os autores atentam para a importância das articulações que envolvam toda uma área, na construção progressiva e coletiva de estrutura turística, privilegiando o estabelecimento das relações de cooperação entre as áreas circunvizinhas.

Os trabalhos de Ahmadi, Asgari e Ghanavati (2015) e de Díaz, Sterquel e Sepúlveda (2013) tem objetivos semelhantes: identificar áreas com maior aptidão para o desenvolvimento do turismo¹⁰. Contudo, apesar de usarem do SIG para relacionar e articular informações turísticas, os estudos não fazem proposição de roteiros turísticos, mas de identificação de áreas mais ou menos propensas ao desenvolvimento da atividade.

O primeiro estudo realizou o zoneamento de áreas na província Ilam, localizada no oeste do Irã, para fins de desenvolvimento do ecoturismo, a partir dos mapas digitais de altitude, declividade, cobertura vegetal, uso do solo, nascentes de água mineral e de recursos hídricos e de pontos de atrações históricas. A sobreposição das camadas através de um SIG revelou que as principais estão localizadas nas províncias do norte e central, em direção sudeste, com potencial para o desenvolvimento de atividades como montanhismo, espeleologia, escalada encosta, terapia natureza, esportes de inverno, etc. (AHMADI, ASGARI & GHANAVATI, 2015).

O segundo estudo utilizou-se da análise multicritério para conhecer os diferentes níveis de aptidão para o turismo de natureza e turismo rural, na Reserva da Biosfera composta pela Reserva Nacional Lago *Peñuelas* e o Parque Nacional *La Campana*, no Chile, determinando graus de aptidão para localização de atividades/serviços, a partir dos seguintes critérios: acessibilidade espacial; distância de áreas povoadas; distância de locais prioritários para conservação; distância de atrações; distância dos cursos de água. O uso do SIG permitiu quantificar o território em três graus de aptidão para o desenvolvimento deste tipo de turismo: 136.893,1 ha (44,6%) identificados como bom 159.701,4 ha (52,1%) identificados com regular e 10.078,5 ha (3,3%) identificados como ruim (DÍAZ, STERQUEL E SEPÚLVEDA, 2013). Os autores apontam a relevância desse tipo de informação para a formulação de políticas públicas que envolvam tanto o desenvolvimento pelas vias do turismo quanto para a preservação socioambiental dos locais.

¹⁰ Os trabalhos de Ahmadi, Asgari e Ghanavati (2015) e Díaz, Sterquel e Sepúlveda (2013) estão, originalmente escritos em língua inglesa e espanhola, respectivamente, e foram traduzidos pela pesquisadora.

A proposição de percursos pedestres para o Concelho de Lamego, localizado no distrito de Viseu, em Portugal, apresentada na dissertação de Osório (2010), realiza a classificação das estradas da rede viária da área em estudo a partir de sua importância turística, ou seja, da presença/proximidade de patrimônio natural e cultural nas estradas. Os seguintes temas cartográficos foram adquiridos e integrados ao SIG: i) patrimônio construído; ii) rede de estradas e caminhos, adequados ao pedestrianismo; iii) unidades de paisagem relevante, nomeadamente a área de cultura da vinha, e áreas de patrimônio natural; iv) altimetria; v) localidades mais importantes; vi) hidrografia principal.

O SIG foi usado para a preparação e análise das informações através da determinação de critérios de ponderação dos temas georreferenciados para a obtenção dos percursos, com o cruzamento dos temas cartográficos. Sua principal contribuição prende-se à classificação da rede viária de acordo com a sua importância turística, criando um modelo, fazendo uso do SIG, que pode ser replicado em casos futuros (OSÓRIO, 2010).

As pesquisas apresentadas mostram uma intersecção: o uso do SIG para cadastramento dos dados levantados e consequente formação de base de dados, de modo a realizar o cruzamento dessas informações de diferentes naturezas, com diferentes finalidades: elaboração de roteiros turísticos, desenvolvimento de ferramenta para elaboração de roteiro turístico ou identificação de áreas com aptidão turística. Há apontamentos quanto à relevância do uso da ferramenta e sua flexibilidade para seguir os modelos, trazendo novos olhares, com a inclusão de novos critérios, categorizações, pesos e informações relevantes a cada estudo.

Neste trabalho, o SIG foi utilizado para cadastro do levantamento da produção de comidas e bebidas; para formação da base de dados, na composição dos mapas digitais e para a realização da análise de rede e descrição e ilustração dos atrativos selecionados.

Os exemplos de aplicação do SIG na elaboração de roteiros turísticos e as sugestões de encaminhamentos de cada um dos autores colaboraram na confecção e consolidação desta pesquisa, enquanto percurso metodológico, análise e resultados, elucidando mais uma forma de aplicação desta tecnologia no setor turístico e desenvolvimento regional apoiado na valorização da culinária mineira e sua articulação com atributos naturais, culturais e serviços e equipamentos turísticos. Por esse caminho é que se pretende desenvolver e finalizar este trabalho.

4. Metodologia

Conforme apresentado na Introdução deste trabalho, esta pesquisa teve como objetivo geral propor um procedimento para elaboração de roteiro turístico de comidas e bebidas regionais do CTCSM, região localizada no sul de Minas Gerais. Parte-se do princípio do turismo sustentável e do desenvolvimento local pela via da preservação cultural e ambiental (BUARQUE, 1999; RUSHMANN, 2001; SOUZA, 2005; SACHS, 2008) e da produção de conhecimento nesta relação entre as tecnologias e o turismo para planejamento e estruturação de produto turístico-cultural (BESSA *et al.*, 2014; LADWIG, 2012; NÓBREGA *et al.*, 2011; OSÓRIO, 2010; FARSARI & PRASTACOS, 2007).

Para tanto, utilizou-se de um SIG para a composição de um roteiro turístico de comidas e bebidas regionais, compreendendo os roteiros como uma importante ferramenta para a leitura da realidade sociocultural (TAVARES, 2002). O roteiro poderá subsidiar ações futuras para o desenvolvimento do turismo na região.

A utilização do SIG como instrumento tecnológico permitiu: a organização dos dados coletados, a formação de uma base de dados, a articulação das produções de comidas e bebidas e dos atrativos existentes e a análise para geração de mapas com proposição de roteiro turístico.

Quanto à natureza, esta pesquisa se caracterizou como aplicada, pois trata de aplicação prática através da produção e análise dos mapas digitais das produções de comidas e bebidas do CTCSM, para proposição de roteiro turístico para o fomento do turismo regional (GERHARDT & SILVEIRA, 2009). Quanto aos objetivos da proposta metodológica, configura-se como pesquisa descritiva, pois visa estabelecer relações entre produções de comidas e bebidas com o espaço (local de produção) e o tempo para acessá-las (GIL, 2008). Quanto aos procedimentos, desvela-se uma pesquisa documental, já que usou como fonte de dados, prioritariamente o mapeamento da PAT e do InvTur, documentos sem tratamento analítico (FONSECA, 2002).

Em complemento, utilizou-se de triangulação, por meio de observação não participante, no intuito de complementar os dados faltantes dos documentos. A triangulação combina diferentes métodos de coleta de dados para consolidar suas conclusões a respeito do fenômeno que está sendo investigado (ZAPPELLINI & FEUERSCHÜTTE, 2015).

4.1 Características da região estudada

Para investigar o tema do turismo na região, escolheu-se o Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas (CTCSM), que tem Itajubá como município polo¹¹. O objeto de estudo refere-se à Produção Associada ao Turismo (PAT) deste circuito, modalidade comidas e bebidas. Estas produções foram escolhidas para serem fomentadas na forma de roteiro turístico, a ser elaborado fazendo uso de um SIG, tecnologia da informação capaz de articular informações espaciais e não-espaciais, como as informações turísticas.

O CTCSM é composto pela associação dos seguintes municípios: Brasópolis, Conceição das Pedras, Cristina, Delfim Moreira, Itajubá, Marmelópolis, Pedralva, Piranguçu, Piranguinho, Santa Rita do Sapucaí. Os municípios de São José do Alegre e Wenceslau Braz se desvincularam do CTCSM em 2016, mas decidiu-se por manter os dados referentes a eles, pois a elaboração dos roteiros incluindo as suas produções pode servir de argumento para o retorno deles ao circuito. A figura 04 ilustra o CTCSM, localizando-o dentro do estado de Minas Gerais, delimitando os municípios relacionados anteriormente e indicando seus limites com o estado de São Paulo.

Os municípios de Brasópolis e Santa Rita do Sapucaí não apareceram na análise, pois o primeiro não fazia parte do circuito quando o mapeamento foi realizado e o segundo não possuía nenhuma produção de comidas ou bebidas na época da pesquisa. A prefeitura de Maria da Fé não é associada ao circuito, contudo, há uma associação do município que é membro do CTCSM. Entretanto, a produção levantada dentro da associação não entrou nas análises deste trabalho.

O CTCSM foi fundado no dia 13 de dezembro de 2001 e foi certificado em 2006 pela Secretaria Estadual de Turismo, como Instância de Governança Regional do estado de Minas Gerais. De acordo com o atual estatuto da entidade¹²

Art. 1º. A Agência de Desenvolvimento do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas, doravante denominada CTCSM, é uma entidade civil, de natureza turística, cultural e ambiental, com personalidade jurídica de direito privado, sem divisão de lucros e sem fins econômicos e ou lucrativos, com duração indeterminada e com autonomia financeira, administrativa e patrimonial, regendo-se pelo presente Estatuto e pela legislação específica aplicável. (CTCSM, 2012, p. 1)

Além da proximidade geográfica, os municípios associados ao CTCSM possuem a Serra da Mantiqueira como um elo, visto que os municípios se localizam na serra ou ao seu

¹¹ Itajubá possuía convênio com o CTCSM desde 2006, mas em dezembro de 2012 o convênio não foi renovado pela prefeitura do município. Em junho de 2014, o município e o CTCSM assinaram novo contrato e Itajubá retornou ao circuito.

¹² Disponível em <http://www.caminhosdosuldeminas.com.br/turismo/public/files/Estatuto.20121025.pdf>.

redor. As características econômicas se apresentam como outro fator em comum, com destaque para a agricultura e a pecuária, relevantes para o desenvolvimento econômico-social da região e do estado. A região estudada ocupa posição estratégica, próxima aos estados de São Paulo e Rio de Janeiro e tem em seus recursos naturais e seu patrimônio cultural potencial turístico para ser desenvolvido.

Sua população soma 198.220 habitantes - 76% residente na área urbana e 24% residente na área rural - considerando os municípios que compunham o circuito em 2015, segundo dados do Censo 2010. A população estimada pelo IBGE em 2016 totaliza 209.771 habitantes, com crescimento de 5,83%. A estimativa não informa os valores de população rural e urbana¹³.

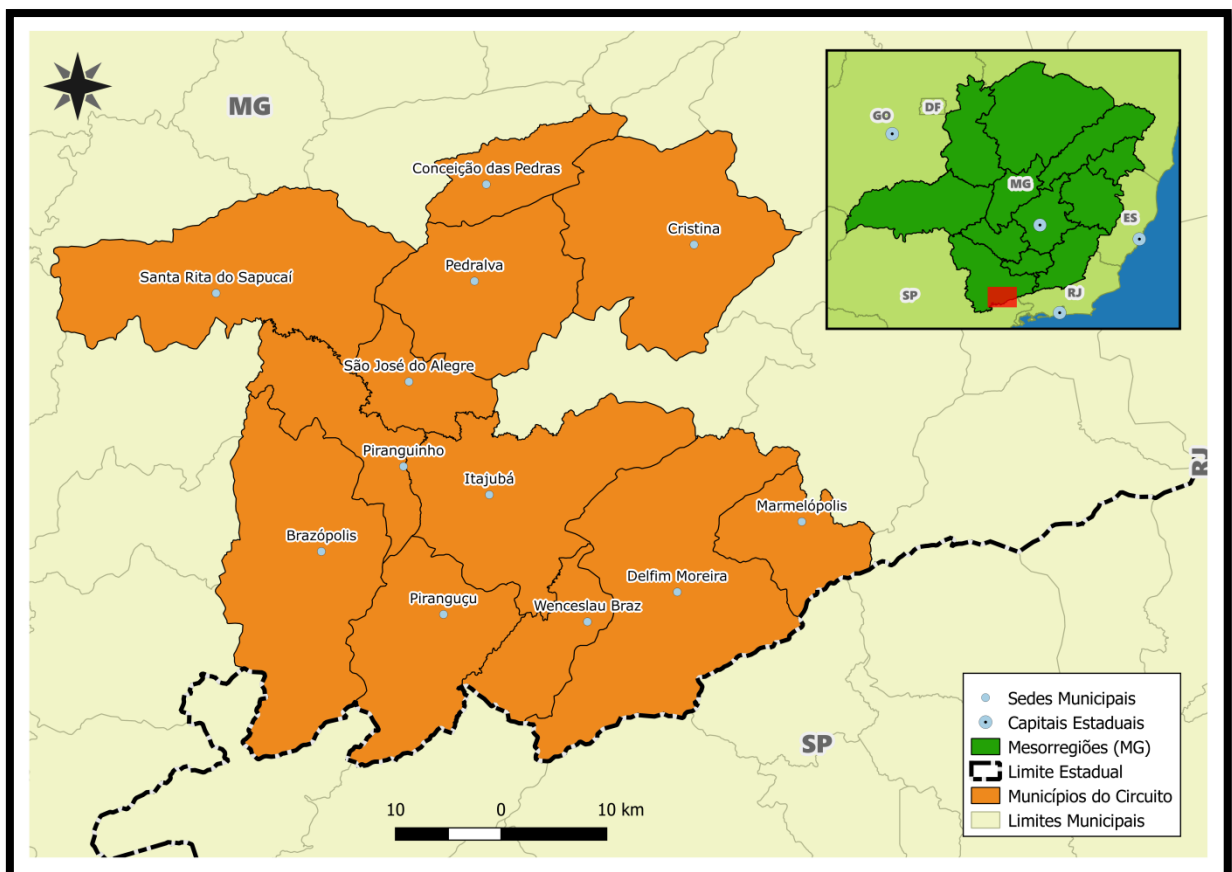


Figura 4: Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas

Fonte: elaborado pela autora

O CTCSM aposta no desenvolvimento do Turismo de Negócio tendo municípios com potencial industrial e tecnológico, como Santa Rita do Sapucaí e Itajubá. O Turismo Cultural está presente em todo o circuito, com destaque para o patrimônio histórico de Cristina com seus casarões e monumentos do tempo do império e da culinária mineira espalhada pelos municípios. Há ainda algumas práticas do Turismo de Aventura e do Ecoturismo já que a

¹³ Contagem populacional disponível em <<http://cod.ibge.gov.br/1P2>>.

região está imersa entre montanhas e cachoeiras. Os segmentos estão apoiados em suas características de região produtora de café e leite, em regiões preservadas e nas características naturais e culturais que traduzem a hospitalidade mineira.

Como produto típico da região destaca-se o doce pé-de-moleque, reconhecido como Patrimônio Imaterial de Minas Gerais e a qualidade dos cafés especiais para exportação, produção tradicional e histórica do Sul de Minas. A pesquisa mostrou ainda a forte presença das cachaças, principalmente aquelas produzidas ainda de forma artesanal ou em pequenas indústrias (engenhos ou alambiques) e os queijos, artesanais ou semi-industriais, tão característicos de Minas Gerais.

O CTCMSM foi considerado, pelo SEBRAE/MG, referência em gestão para os Circuitos Turísticos Mineiros em 2013 e já recebeu visitas de outros circuitos do estado para realizar troca de experiência e disseminar a trajetória de sucesso da parceria do CTCMSM com o SEBRAE.

A região tem o turismo como alternativa de desenvolvimento, mas a atividade ainda está se fortalecendo, pois há concorrência com circuitos e localidades mais fortes como o Circuito das Águas e os municípios de Campos do Jordão, Santo Antônio do Pinhal e São Bento do Sapucaí, o que exige planejamento e ação para atrair o turista. O CTCMSM carece também de uma identidade comum para que se afirme como circuito de fato.

Em pesquisa de Assis (2014) realizada junto aos associados do CTCMSM, a criação de novas oportunidades foi apresentada como um dos aspectos de maior relevância na atuação do CTCMSM. Nesta mesma pesquisa, identificou-se o início da ação do CTCMSM na formação de roteiros turísticos junto aos municípios. A necessidade de formatar roteiros surgiu da identificação da falta de comercialização da região enquanto destino turístico como um gargalo. Iniciativas privadas que trabalham a comercialização de produtos e roteiros turísticos são incipientes na região. As poucas que o fazem, não buscam oportunidades fora da região e esperam pela espontânea demanda turística. Assim, o CTCMSM pretende oferecer produtos turísticos formatados para serem comercializados, visando minimizar tal fraqueza identificada em sua região de atuação (ASSIS, 2014).

O CTCMSM realizou o Mapeamento da Produção Associada ao Turismo (PAT) e do Inventário da Oferta Turística (InvTur) entre os anos de 2012 e 2014 em parceria com o SEBRAE. “O Programa PAT - CTCMSM consiste em uma série de ações, entre elas a de mapeamento de empreendedores e empresas cuja produção, de alguma forma, atrai o fluxo turístico, fortalece a identidade e enriquece a visibilidade da região através da qualidade e inovação de seus produtos” (CTCMSM, 2012). Uma das últimas etapas do projeto era a

formatação de roteiros turísticos, mas que não foi concluída. As produções não foram trabalhadas de maneira combinada dentro do circuito, de modo a oferecer um produto turístico que pudesse fortalecer a atividade e as produções locais, apresentando mais opções ao turista.

Sendo assim, ganha importância um estudo sobre as relações entre as produções associadas e seus locais de produção e comercialização. Estas produções foram escolhidas para serem fomentadas na forma de roteiro turístico, a ser elaborado fazendo uso de um SIG, tecnologia da informação capaz de articular informações espaciais e não-espaciais, como as informações turísticas. A proposição de um procedimento para elaboração deste produto visa fomentar as produções e melhorar a competitividade do circuito.

4.2 Estratégia de pesquisa: procedimentos

O presente trabalho nasceu do interesse em fomentar as produções regionais pela via do turismo, fazendo uso das tecnologias da informação como instrumento de apoio. A implicação com o tema veio do anseio de valorizar os saberes presentes na cultura mineira. A figura 5 apresenta o fluxo de desenvolvimento das etapas da pesquisa, caracterizado em duas partes – coleta e tratamento dos dados e análises e resultados.

Para cumprir o objetivo proposto, foi realizada a coleta dos dados sobre a (a) produção de comidas e bebidas e os (b) atrativos naturais e culturais existentes na região de estudo. Essas informações foram extraídas dos documentos produzidos pelo CTCSM entre os anos de 2012 e 2014, sendo eles o mapeamento da Produção Associada ao Turismo e o Inventário da Oferta Turística, além de pesquisa de campo.

Para o levantamento dos atrativos naturais e culturais também utilizou-se do guia Turístico de Itajubá, produzido pela Prefeitura Municipal de Itajubá. Além disso, fez-se uso das bases cartográficas do IBGE da (c) malha rodoviária e das (d) sedes dos municípios do CTCSM¹⁴, elementos fundamentais para a utilização da ferramenta de análise. As diferentes fontes de dados foram articuladas de modo a certificar-se de alguma inconsistência presente nos dados documentais, por meio da observação de campo.

Parte-se do todo - a produção associada ao turismo do CTCSM - para a parte, segmentando a partir da produção de comidas e bebidas, com base nas referências que mostram o forte apelo da comida mineira, mantendo o objeto de estudo conectado ao contexto, considerando as conexões a outros elementos da realidade econômica e geográfica locais.

¹⁴ Disponível em <[ftp://geofpt.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/](http://geofpt.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/)>

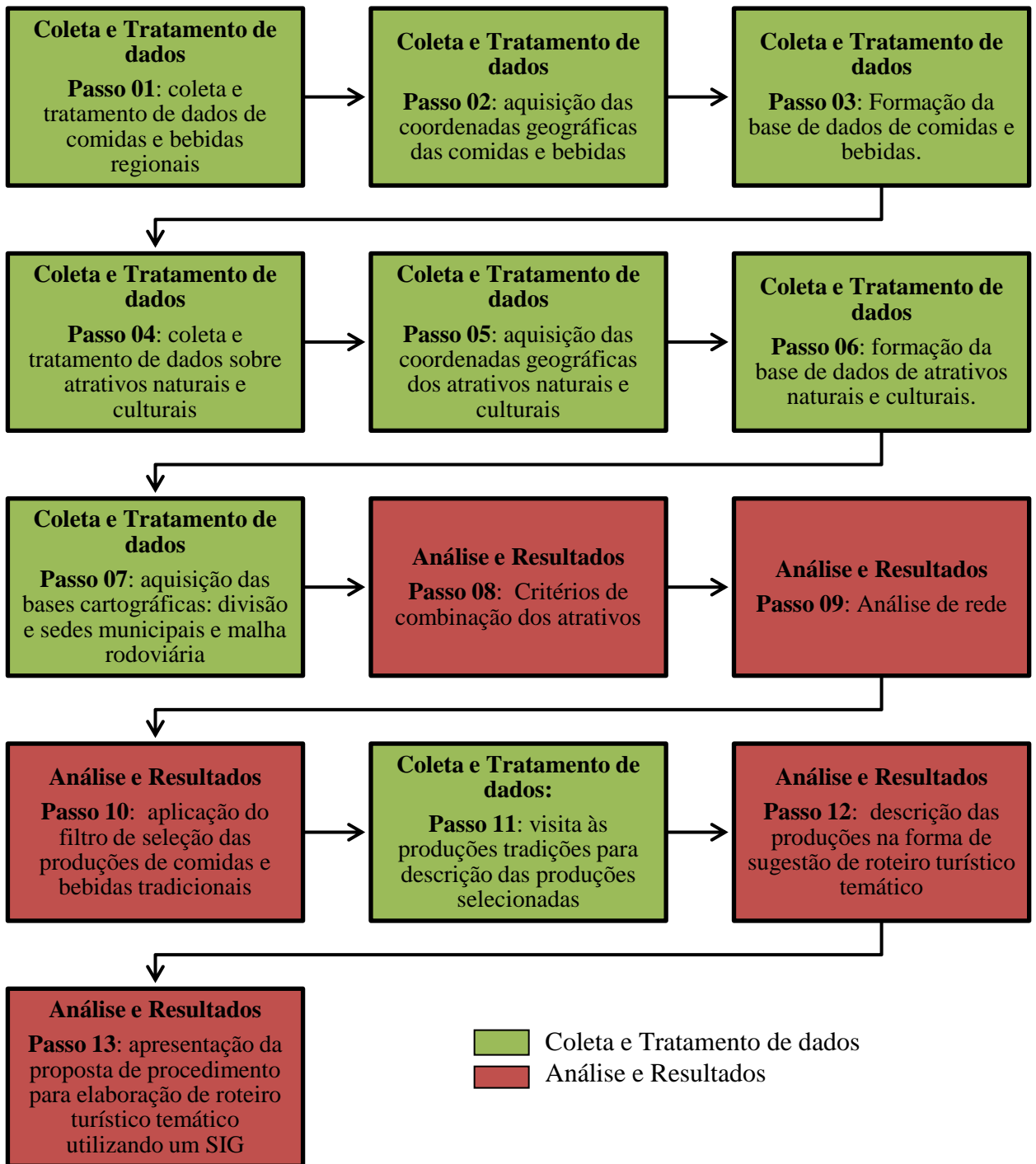


Figura 5: Fluxo de apresentação das etapas da pesquisa
Fonte: elaborado pela autora

A partir da organização e tratamento dos dados sobre as comidas, as bebidas, os atrativos naturais e culturais para formação da base de dados, seguiu-se com a importação desta base para o *software* ArcGIS, para realização da análise de rede (*network analysis*), fazendo uso da solução Localização-alocação, disponível através da extensão *Network Analyst*. Para a definição do roteiro, tomou-se como base o referencial teórico sobre as produções tradicionais e sua relação com a identidade local.

A opção por um sistema de informação geográfica foi feita devido à possibilidade de inserção de dados de diferentes naturezas. A escolha do ArcGIS deve-se à presença de documentação deste na internet, havendo suporte de técnicos, professores e alunos para seu uso na Universidade Federal de Itajubá.

O desenvolvimento da pesquisa deu-se em 13 passos, sendo 08 deles etapas correspondentes à coleta e tratamento dos dados e 05 passos referentes à análise e resultados desta pesquisa. Os desdobramentos dos 13 passos serão apresentados no item 5. Condução da pesquisa.

5. Condução da Pesquisa

Definida a temática de interesse - Turismo e Tecnologia -, a seleção da região e objeto de pesquisa - a produção de comidas e bebidas do CTCSM – e o objetivo pretendido – a proposição de procedimento para roteirização -, partiu-se para a coleta e tratamento dos dados relevantes para o seu desenvolvimento. Para a realização deste trabalho, as fontes de dados foram os documentos elaborados pelo CTCSM, o guia turístico elaborado pela prefeitura de Itajubá, as bases cartográficas do IBGE, os dados abertos do *Open Street Maps* (OSM) e pesquisa de campo.

O circuito autorizou a liberação dos documentos, elaborados entre os anos de 2012 e 2014, em abril de 2015. Os documentos utilizados foram o Mapeamento da Produção Associada ao Turismo e o Inventário da Oferta Turística, que totalizaram 1.877 arquivos, entre documentos de texto, imagens e planilhas. As bases cartográficas do IBGE e os dados abertos do OSM foram atualizados para uso nesta pesquisa em agosto de 2016. A pesquisa de campo foi realizada em agosto de 2016.

Após a definição dos dados a serem coletados, seguiu-se com a aquisição e tratamento para integração da informação numa base geográfica. Os dados de comidas, bebidas e atrativos culturais e naturais foram organizados em planilhas do programa Excel versão 2007, da Microsoft. Feita a organização e tratamento dos dados, eles foram importados para o ArcGIS versão 10, para integrar todos os elementos, criando a base de dados (BD) no *software*. A importação dos dados implica na revisão e correção dos dados coletados e exige o atendimento rigoroso aos critérios estabelecimentos no sistema, para a importação destes, para garantir a formação de um banco de dados confiável.

Os 13 passos para o desenvolvimento deste trabalho serão apresentados nos itens 5.1 a 5.13, finalizando com a apresentação dos resultados propostos nos objetivos desta pesquisa.

5.1 Passo 01: Coleta de dados comidas e bebidas

Neste item será apresentado o passo 01 representado na figura 05. Os dados sobre as comidas e bebidas foram extraídos dos documentos do Mapeamento da Produção Associada ao Turismo, realizado pelo CTCSM entre os anos de 2012 e 2014. Os formulários de entrevistas não possuíam campo de data, portanto não foi possível identificar a data precisa do levantamento dos dados. Em ida a campo para verificação de coordenadas geográficas, identificou-se mais uma produção de bebida além das produções identificadas nos documentos.

O mapeamento da produção associada ao turismo foi registrado em 1.044 documentos, sendo eles formulários de entrevistas, planilha de lançamento de dados, análises por municípios e análises por categorias. As categorias levantadas pelo CTCSM foram comidas, bebidas, artesanato e eventos.

Para este trabalho, somente os documentos referentes às categorias comidas e bebidas foram utilizados. Mais especificamente, valeu-se dos formulários de entrevistas aplicados aos produtores de comidas e bebidas, que somaram 54 documentos e 50 produtores entrevistados. O questionário utilizado pode ser visualizado no ANEXO I. Os dados selecionados para composição da base de dados referente às comidas e bebidas foram:

Nome do produto: este campo foi respondido com a identificação do produto, como por exemplo, café ou geleia, ou ainda respostas que apresentam a marca do produto.

Tipo do produto: identifica se é uma produção de comida ou uma produção de bebida.

Endereço da produção: refere-se ao endereço do local de produção da comida ou da bebida. O endereço é o dado que permitiu a localização geográfica das produções, a ser detalhado no item 5.2.

Motivo de ter ingressado na atividade: pergunta com múltiplas respostas, tendo como opções: (1) falta outra opção de renda; (2) busca por ocupação do tempo; (3) aprendi com minha família e sigo a tradição; (4) considera uma atividade potencial e lucrativa; (5) outros, sendo este último um campo aberto para outras respostas não abrangentes pelas opções anteriores. A numeração de 1 a 5 foi utilizada para lançar as respostas referentes à essa pergunta, na base de dados.

Tempo do produto: referente ao tempo de existência do produto, em anos.

Tipo de comida/bebida produzido: as opções de resposta: doce, compota, tira-gosto, comida de boteco, pães e bolos, licor, cachaça, quitandas e quitutes e outros. Para cada produção de comida ou bebida foi relacionado apenas um tipo.

Origem da receita: refere-se ao processo de criação e/ou aquisição da receita. A pergunta possui múltiplas respostas, sendo as opções: (1) resgate de tradição local, (2) inédita, (3) transferida por familiares e (4) outros, sendo este último um campo aberto para outras respostas não abrangentes pelas opções anteriores. A numeração de 1 a 4 foi utilizada para lançar as respostas referentes à essa pergunta, na base de dados.

Local da produção: caracteriza o local da produção, com opções de respostas, restaurante, em casa, outros, este último um campo aberto para outras respostas não abrangentes pelas opções anteriores.

Origem do produtor: refere-se à relação do produtor com o local, com múltiplas respostas, sendo: (1) nasceu e sempre viveu no município; (2) nasceu e retornou ao município após ausência; (3) nasceu em outro lugar, mas mora na localidade há muito tempo; (4) morador recente; (5) outros, sendo este último um campo aberto para outras respostas não abrangentes pelas opções anteriores. A numeração de 1 a 5 foi utilizada para lançar as respostas referentes a essa pergunta, na base de dados.

5.2 Passo 02: Coordenadas geográficas dos locais de produção de comidas e bebidas

Neste item será apresentado o passo 02 representado na figura 05. A localização geográfica das produções é informação fundamental para a análise pretendida. Os endereços coletados do mapeamento da produção associada ao turismo foram convertidos em coordenadas geográficas, latitude e longitude. Primeiramente, os endereços foram lançados no Excel. Para a conversão, fez-se uso do *Google Maps Geocoding API* (sistema de coordenadas geográficas wgs84 - *World Geodetic System*, definido em 1984, que é uma superfície de referência padrão), na linguagem de programação *Python*.

A conversão de alguns endereços não permitiu a identificação das coordenadas geográficas. Nestes casos, elas foram conseguidas de duas formas: fazendo uso do *Google Earth*, localizando manualmente as produções a partir dos endereços informados nos documentos, ou visitando os locais e fazendo a marcação das coordenadas usando *GPS*, modelo *Tracker TV*, marca *Multilaser*. As coordenadas geográficas foram cadastradas no formato de graus decimais.

5.3 Passo 03: Base de dados sobre as comidas e bebidas

Neste item será apresentado o passo 03 representado na figura 05. A organização dos dados coletados foi realizada no Excel e gerou a base de dados referente à produção de comidas e bebidas, com 12 colunas de informações, conforme tabela 1. As 50 entrevistas realizadas com os produtores locais encontraram 81 produções de comidas e bebidas. Conforme informado anteriormente, uma produção de bebida foi identificada na ida a campo, o que totalizou 66 produções de comidas e 16 produções de bebidas produzidas na região do CTCSM, 82 produções no total.

A coluna B, nomeada como ID, é obrigatória para identificação da produção pelo software. A numeração é aleatória e existe para identificar numericamente a produção de comida ou bebida registrada na base de dados.

É possível realizar o lançamento e organização dos dados coletados diretamente no software ArcGIS. Contudo, a organização dos dados em programas de planilha facilita o lançamento descentralizado dos dados já que estes programas estão presentes em quase todos os computadores. O lançamento dos dados direto no *software* ArcGIS, limita o lançamento somente em computadores que possuam o programa instalado.

A formação da base de dados de comidas e bebidas no Excel corresponde à realização dos passos descritos nos itens 5.2 e 5.2.

5.4 Passo 04: Coleta de dados atrativos naturais e culturais

Neste item será apresentado o passo 04 representado na figura 05. Os dados sobre os atrativos naturais e culturais referentes aos municípios de Conceição das Pedras, Cristina, Delfim Moreira, Marmelópolis, Pedralva, Piranguinho, Piranguçu e Wenceslau Brás foram extraídos dos documentos do Inventário da Oferta Turística (InvTur), realizado pelo CTCSM.

Para coleta dos dados referente à Itajubá, fez-uso do Guia Turístico de Itajubá, produzido pela Prefeitura de Itajubá em 2014, já que o levantamento feito pelo CTCSM não pesquisou este município. Não há levantamento de dados dos municípios de Brasópolis e Santa Rita do Sapucaí, conforme esclarecido no item 4.1.

Optou-se pela seleção dos atrativos naturais do tipo quedas d'água, hidrografia, flora e unidades de conservação, pois esses são passíveis de serem visitadas em períodos curtos de tempo, diferentemente do acesso às montanhas, planícies e planaltos.

Para os atrativos culturais, foram escolhidas as edificações, instituições culturais e obras de arte já que a visitação a esses atrativos é permanente e constante, diferentemente das feiras, festas e festivais que ocorrem em diferentes momentos do ano.

O InvTur do CTCSM foi registrado em 833 arquivos que envolvem basicamente formulários de registro dos atrativos e fotos. O formulário foi organizado em categorias, conforme orientação do Ministério do Turismo. Para este trabalho, foi utilizada a categoria C e as subcategorias que contém os atrativos naturais e atrativos culturais. O conjunto dos arquivos usados para extrair esses dados somam 58 documentos.

Tabela 1: Base de dados de comidas e bebidas do CTCSM

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Produto	ID	Tipo	Endereco	Município	Lat	Lng	gresso	Temp	Recei	cal pro	gem pr
2	Aguardente	0	BEBIDA	Rodovia MGC 383, km 4,5, Juru, Itajuba, Minas Gerais, Brasil	Itajuba	-22,423788	-45,460543	2, 4	11	2	Cervejaria	2
3	Azeite	1	COMIDA	Rodovia BR 350, Km 10, Caquende, Delfim Moreira, Minas Ge	Delfim Moreira	-22,508777	-45,280586	2, 4	1	2	Fazenda	4
4	Banana Chips	2	COMIDA	Praca Doutor Jose Braz, 100, Morro Chic, Itajuba, Minas Gerai	Itajuba	-22,435755	-45,437871	1	9	4	Casa	1
5	Banana Passa	3	COMIDA	Bairro Pedra Batista, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,168498	-45,395078	1, 4	14	4	Casa	1
6	Bolacha	4	COMIDA	Rua Alijo, 91, Cantina, Itajuba, Minas Gerais, Brasil	Itajuba	-22,43508	-45,436308	4, 5	18	3	Casa	2
7	Bolo De Milho	5	COMIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Gerais	Delfim Moreira	-22,509464	-45,280434	1	12	2	Restauran	1
8	Cachaca	13	BEBIDA	Bairro Sao Jose, Conceicao das Pedras, Minas Gerais, Brasil	Conceicao das P	-22,15635	-45,4295	3, 4	80	3	Alambique	2
9	Bombom de banana	7	COMIDA	Bairro Pedra Batista, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,168498	-45,395078	1, 4	14	4	Casa	1
10	Broa de milho	8	COMIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Gerais	Delfim Moreira	-22,50855	-45,281215	1	12	2	Restauran	1
11	Cachaca	9	BEBIDA	Bairro Pires, Sao Jose do Alegre, Minas Gerais, Brasil	Sao Jose do Aleg	-22,331127	-45,527712	3	50	3	Alambique	1
12	Cachaca	10	BEBIDA	Rodovia BR 459, Km 157, Centro, Piranguinho, Minas Gerais, f	Piranguinho	-22,403222	-45,533296	3, 4	8	2	Alambique	5
13	Cachaca	11	BEBIDA	Estrada Paulin. - Itajuba, Sao Jose do Alegre	Sao Jose do Aleg	-22,32105	-45,49243	3	251	3	Alambique	1
14	Cachaca	12	BEBIDA	Sobradinho, Pirangucu, Minas Gerais, Brasil	Pirangucu	-22,50667	-45,50175	3	141	3	Alambique	1
15	Bombom	6	COMIDA	Rua Dalmo Wilson Ribeiro, 280, Sao Jose, Marmelopolis, Mina	Marmelopolis	-22,448977	-45,165176	1, 4	20	2	Casa	3
16	Cafe	14	BEBIDA	Rua Francisco Alves Pereira, Bicao, Cristina, Minas Gerais, Br	Cristina	-22,203547	-45,261481	4	2	1	Pousada	1
17	Cajuzinho	15	COMIDA	Bairro Barranco Alto, Sao Jose do Alegre, Minas Gerais, Brasil	Sao Jose do Aleg	-22,36431	-45,5441	3	27	3	Fabrica	1
18	Doce de abobora	23	COMIDA	Rua Joaquim Ribeiro de Carvalho, 920, Ponte Alta, Marmelopol	Marmelopolis	-22,448768	-45,165373	3, 4	30	3	Empresa	2
19	Casquinha de truta	17	COMIDA	Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 322, Vargem, Delfim Mori	Delfim Moreira	-22,509128	-45,280691	4, 5	0,5	2	Restauran	4
20	Cerveja	18	BEBIDA	Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 322, Vargem, Delfim Mori	Delfim Moreira	-22,508416	-45,27989	3, 4, 5	0,67	2	Cervejaria	4
21	Chocolate artesanal	19	COMIDA	Avenida Padre Lourenço da Costa, 2875, Nossa Senhora de F	Itajuba	-22,432682	-45,462469	4	4	2	lecimento	4
22	Cocada	20	COMIDA	Bairro Barranco Alto, Sao Jose do Alegre, Minas Gerais, Brasil	Sao Jose do Aleg	-22,36431	-45,5441	3	27	3	Fabrica	1
23	Compotas	21	COMIDA	Bairro Gloria, Cristina, Minas Gerais, Brasil	Cristina	-22,21975	-45,23575	1	11	3	Casa	1
24	Curau	22	COMIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Gerais	Delfim Moreira	-22,508877	-45,280578	1	12	2	Restauran	1
25	Geleia de marmelo	30	COMIDA	Rua Joaquim Ribeiro de Carvalho, 920, Ponte Alta, Marmelopol	Marmelopolis	-22,449436	-45,165522	3, 4	30	3	Empresa	2
26	Doce de marmelo	24	COMIDA	Rua Dalmo Wilson Ribeiro, 280, Sao Jose, Marmelopolis, Mina	Marmelopolis	-22,449936	-45,165936	4, 5	2	3	Casa	1
27	Doces	25	COMIDA	Bairro Gloria, Cristina, Minas Gerais, Brasil	Cristina	-22,21975	-45,23575	1	11	3	Casa	1
28	Drinks a base de cafe	26	BEBIDA	Rua Francisco Alves Pereira, Bicao, Cristina, Minas Gerais, Br	Cristina	-22,203547	-45,261481	4	2	1	Pousada	1
29	Farofa de pinhao	27	COMIDA	Rua Deputado Manuel Costa, 76, Centro, Marmelopolis, Minas	Marmelopolis	-22,449611	-45,165689	4	16	2	Restauran	2

(continua)

Tabela 01: Base de dados de comidas e bebidas do CTCSCM

(Continuação)

1	Produto	ID	Tipo	Endereco	Município	Lat	Lng	gresso	Temp	Recei	al pro	tem pri
30	Fogaca caipira	28	COMIDA	Rua Dalmo Wilson Ribeiro, 280, Sao Jose, Marmelopolis, Mina	Marmelopolis	-22,449147	-45,165159	4, 5	8	4	de festas	2
31	Geleia	29	COMIDA	Bairro Gloria, Cristina, Minas Gerais, Brasil	Cristina	-22,21975	-45,23575	1	11	3	Casa	1
32	Marmelada	38	COMIDA	Rua Dr. Albino Alves Filho, 77, Centro, Delfim Moreira, Minas C	Delfim Moreira	-22,507535	-45,279889	3, 4	60	3	Restaurante	1
33	Geleia de morango	31	COMIDA	Bairro Rosario, Estrada dos Pedros, Delfim Moreira, Minas Ger	Delfim Moreira	-22,509109	-45,28248	5	0,33	2	Casa	4
34	Geleia sabores	32	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 40, Centro, Delfim Moreira, Minas Gera	Delfim Moreira	-22,508071	-45,2802	3	10	3	Casa	4
35	Leitoa assada	33	COMIDA	Estrada dos Antunes, Km 2, Taquaral, Pirangucu, Minas Gerai	Pirangucu	-22,527821	-45,496819	4	6	2	Restaurante	3
36	Licor	34	BEBIDA	Rua Modesto Torino, 53, Jardim Beira Rio, Piranguinho, Minas	Piranguinho	-22,397329	-45,531994	1	7	3	Casa	4
37	Licor Cantuaria	35	BEBIDA	Rua Antenor Viana Braga, 218, Varginha, Minas Gerais, Brasil	Itajuba	-22,425426	-45,445316	4, 5	13	2	Casa	3
38	Licor De Fruta Da Epoca	36	BEBIDA	Bairro Gloria, Cristina, Minas Gerais, Brasil	Cristina	-22,21975	-45,23575	1	11	3	Casa	1
39	Marmelada	39	COMIDA	Rua Joaquim Ribeiro de Carvalho, 920, Ponte Alta, Marmelopol	Marmelopolis	-22,448939	-45,165136	3, 4	30	3	Empresa	2
40	Pe De Moleque Barraca Amarela	51	COMIDA	Rua Daria Candida da Cunha , Santa Barbara, Piranguinho, Mii	Piranguinho	-22,40227	-45,53418	4	37	1	Empresa	1
41	Pe De Moleque Barraca Azul	52	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 158, Pedroso, Piranguinho, Minas Gerais	Piranguinho	-22,416719	-45,526747	3, 4	41	3	Empresa	1
42	Massa De Macarrao	40	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 40, Centro, Delfim Moreira, Minas Gera	Delfim Moreira	-22,509472	-45,280519	3	10	3	Casa	4
43	Mel Vista Verde	41	COMIDA	Bairro dos Fojos, Sao Jose do Alegre, Minas Gerais, Brasil	Sao Jose do Aleg	-22,33636	-45,47483	1	13	3	Sítio	1
44	Moqueca De Peixe	42	COMIDA	Bairro Anhumas, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	0,67	3	Pesqueiro	2
45	Organicos	43	COMIDA	Bairro Pedra Batista, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,168498	-45,395078	1, 4	14	4	Casa	1
46	Pamonha	44	COMIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Gerais	Delfim Moreira	-22,508915	-45,280624	1	12	2	Restaurante	1
47	Pao De Queijo	45	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 77, Centro, Delfim Moreira, Minas Gera	Delfim Moreira	-22,508982	-45,281095	2, 3, 4	4	1	Casa	2
48	Pastel De Milho	46	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 77, Centro, Delfim Moreira, Minas Gera	Delfim Moreira	-22,507983	-45,279647	2, 3, 4	4	1	Casa	2
49	Pastel De Milho	47	COMIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Gerais	Delfim Moreira	-22,509495	-45,281065	1	12	2	Restaurante	1
50	Pe De Moleque Barraca Marrom	54	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 11, Centro, Piranguinho, Minas Gerais, B	Piranguinho	-22,40378	-45,534052	3, 4	40	3	Empresa	3
51	Pastel De Milho	49	COMIDA	Rua Duque de Caxias, 239, Centro, Sao Jose do Alegre, Minas	Sao Jose do Aleg	-22,32865	-45,524742	4	4	1	Casa	3
52	Pe De Moleque	50	COMIDA	Bairro Barranco Alto, Sao Jose do Alegre, Minas Gerais, Brasil	Sao Jose do Aleg	-22,36431	-45,5441	3	27	3	Fabrica	1
53	Pe De Moleque Barraca Prata	55	COMIDA	Avenida Juscelino Kubistcheck de Oliveira, 24, Centro, Pirangu	Piranguinho	-22,402879	-45,533645	3, 4	26	3	Empresa	1
54	Pe De Moleque Barraca Vermelha	57	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 11, Centro, Piranguinho, Minas Gerais, B	Piranguinho	-22,406885	-45,530255	3, 4	75	3	Empresa	3
55	Pe De Moleque Barraca Laranja	53	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 157, Centro, Piranguinho, Minas Gerais, f	Piranguinho	-22,402416	-45,533114	3, 4	10	3	Barraca	1

(continua)

Tabela 01: Base de dados de comidas e bebidas do CTCSM

(Continuação)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Produto	ID	Tipo	Endereco	Município	Lat	Lng	Altitude	Temp	Receita	Local prod	Item prod
56	Sopa de marmelo	79	COMIDA	Avenida Tancredo Neves, 67, Itagiba, Delfim Moreira, Minas	Delfim Moreira	-22,508329	-45,279902	3, 4	45	3	Casa	1
57	Marmelada	80	COMIDA	Avenida Tancredo Neves, 67, Itagiba, Delfim Moreira, Minas	Delfim Moreira	-22,508329	-45,279902	3, 4	45	3	Casa	1
58	Pe De Moleque Barraca Verde	56	COMIDA	Avenida Juscelino Kubistcheck de Oliveira, 54, Centro, Piran	Piranguinho	-22,40304	-45,533997	2, 4	11	3	Empresa	2
59	Geleia	81	COMIDA	Avenida Tancredo Neves, 67, Itagiba, Delfim Moreira, Minas	Delfim Moreira	-22,508329	-45,279902	3, 4	45	3	Casa	1
60	Pe De Moleque Quiosque	58	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 11, 20, Centro, Piranguinho, Minas Ger	Piranguinho	-22,411373	-45,527365	3, 4	4	4	Revenda	1
61	Pe De Moleque Sitio Sao Jose	59	COMIDA	Estrada Sossego, Sossego, Piranguinho, Minas Gerais, Bra	Piranguinho	-22,40936	-45,54742	1, 4	9	2	residencia/Zona	3
62	Peixe Assado	60	COMIDA	Bairro Anhumas, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	0,67	3	Pesqueiro	2
63	Peixe Enopado	61	COMIDA	Bairro Anhumas, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	0,67	3	Pesqueiro	2
64	Peixe Frito	62	COMIDA	Bairro Anhumas, Pedralva, Minas Gerais, Brasil	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	0,67	3	Pesqueiro	2
65	Peixe Frito Do Dito Preto	63	COMIDA	Rua Crescencio Ribeiro, 181, Centro, Sao Jose do Alegre, M	Sao Jose do Alegre	-22,3241	-45,525806	3	35	3	Restaurante	1
66	Peixe Frito, Assado, Enopado	64	COMIDA	Rodovia MG 347, Km 34, Rezende, Pedralva, Minas Gerais,	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	3	3	Pesqueiro	2
67	Peixe Frito, Assado, Enopado	65	COMIDA	Rodovia MG 347, Km 34, Rezende, Pedralva, Minas Gerais,	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	3	3	Pesqueiro	2
68	Peixe Frito, Assado, Enopado	66	COMIDA	Rodovia MG 347, Km 34, Rezende, Pedralva, Minas Gerais,	Pedralva	-22,25948	-45,47483	4	3	3	Pesqueiro	2
69	Pimenta Em Conserva	67	COMIDA	Rua Francisco Rodrigues Coura, 173, Centro, Marmelopolis,	Marmelopolis	-22,449567	-45,165543	4	2	4	Casa	2
70	Caldo De Cana Do Mercado	16	BEBIDA	Avenida Engenheiro Pedro Fonseca Paiva, 413, Centro, Itaju	Itajuba	-22,432278	-45,462764	3, 4	33	1	Estado Munic	3
71	Umbigo De Bananeira	76	COMIDA	Rua Coronel Machado, 42, Centro, Pedralva, Minas Gerais, I	Pedralva	-22,240212	-45,467052	3, 4	40	1	usada Ped	3
72	Macarrao Com Molho Vermelho	37	COMIDA	Rua Joao Antunes Siqueira, 373, Centro, Pirangucu, Minas G	Pirangucu	-22,528455	-45,49721	4	31	2	Restaurante	1
73	Quitutes Ki-Delicia	71	COMIDA	Rua Alijo, 91, Cantina, Itajuba, Minas Gerais, Brasil	Itajuba	-22,434314	-45,436901	4, 5	18	3	Casa	2
74	Sequinhos De Polvilho	72	COMIDA	Rua Alijo, 91, Cantina, Itajuba, Minas Gerais, Brasil	Itajuba	-22,435372	-45,437065	4, 5	18	3	Casa	2
75	Suco De Marmelo	73	BEBIDA	Rua Deputado Manuel Costa, 76, Centro, Marmelopolis, Min	Marmelopolis	-22,44942	-45,165876	4	16	2	Restaurante	2
76	Suco De Milho	74	BEBIDA	Rodovia BR 459, km 08, Barreiro, Delfim Moreira, Minas Ger	Delfim Moreira	-22,509384	-45,280422	1	12	2	Restaurante	1
77	Tortas Doces E Salgadas	75	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 40, Centro, Delfim Moreira, Minas Gi	Delfim Moreira	-22,509498	-45,280478	3	10	3	Casa	4
78	Pastel De Milho	48	COMIDA	Avenida Engenheiro Pedro Fonseca Paiva, 413, Centro, Itaju	Itajuba	-22,432914	-45,463848	3, 4	33	1	Estado Munic	3
79	Queijo	77	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 77, Centro, Delfim Moreira, Minas Gi	Delfim Moreira	-22,507983	-45,279647	4, 5	1	4	Empresa	3
80	Mel	78	COMIDA	Rua Marechal Teodoro, 77, Centro, Delfim Moreira, Minas Gi	Delfim Moreira	-22,507983	-45,279647	4, 5	1	4	Empresa	3
81	Queijo Semi-Industrial Padrao M	69	COMIDA	Rua Antonio Felipe, 161, Centro, Conceicao das Pedras, Mii	Conceicao das F	-22,159558	-45,454523	4	80	1	Laticinio	2
82	Queijo Semi-Industrial Santanata	70	COMIDA	Rodovia BR 459, Km 170, Santana, Wenceslau Braz, Minas	Wenceslau Braz	-22,536406	-45,362136	4, 5	25	2	Laticinio	5
83	Pinga Artesanal De Marmelo	68	BEBIDA	Rua Dr. Albino Alves Filho, 77, Centro, Delfim Moreira, Mina	Delfim Moreira	-22,507673	-45,280101	3, 4	60	3	Restaurante	1

Fonte: elaborada pela autora

Foram entrevistados os mantenedores responsáveis pela preservação dos atrativos, como por exemplo, as prefeituras ou os proprietários de áreas onde estão localizadas cachoeiras. O questionário utilizado pode ser visualizado no ANEXO II. Os atrativos naturais e culturais referentes a Itajubá foram extraídos do guia turístico de Itajubá. Os dados selecionados para composição da base de dados referente aos atrativos naturais e culturais foram:

Nome fantasia: que indica o nome sobre o qual o atrativo é popularmente conhecido.

Categoria: que identifica se é um atrativo natural ou cultural.

Subcategorias: que identificam as divisões dentro das categorias acima. As subcategorias dos atrativos naturais escolhidos para este trabalho foram as quedas d'água, hidrografia, flora e unidades de conservação. As subcategorias dos atrativos culturais foram edificações, instituições culturais e obras de arte.

Endereço ou posição geográfica do atrativo: refere-se ao endereço do atrativo natural ou cultural. O endereço é o dado que permitiu a localização geográfica das produções, a ser detalhado no item 5.5.

5.5 Passo 05: Coordenadas geográficas dos atrativos naturais e culturais

Neste item será apresentado o passo 05 representado na figura 05. Conforme relatado no item 5.2, a localização geográfica dos atrativos é informação fundamental para a análise pretendida.

O endereço é o dado que permitiu a localização geográfica da atração, através da conversão deste para latitude e longitude. A conversão dos endereços foi realizada conforme explicações presentes no item 5.2.

Alguns atrativos naturais já possuíam as coordenadas geográficas registradas no documento, em formatos diversos (geodésico, geodésico decimal, UTM). Estas foram, portanto, transferidas do documento para a planilha do Excel, para a formação da base de dados, no formato de graus decimais.

Nos casos de ausência de coordenadas geográficas e/ou impossibilidade de conversão dos endereços, as informações de latitude e longitude foram conseguidas fazendo uso do *Google Earth*, localizando manualmente os atrativos conforme orientações de localização presentes nos documentos do InvTur.

5.6 Passo 06: Base de dados dos atrativos naturais e culturais

Neste item será apresentado o passo 06 representado na figura 05. A organização dos dados dos atrativos gerou a base de dados referente aos atrativos naturais e culturais, com 06 colunas de informações, conforme tabela 2¹⁵. Cada documento do CTCSM, do InvTur, categoria C referiu-se a um atrativo, totalizando 58 atrativos naturais e culturais, dentro das subcategorias escolhidas. O guia turístico de Itajubá apresentou 17 atrativos naturais e culturais deste município. Teve-se, portanto, 21 atrativos naturais e 53 culturais, totalizando 74 atrativos, identificados na região do CTCSM.

A formação da base de dados de atrativos naturais e culturais no Excel correspondeu à realização dos passos descritos nos itens 5.4 e 5.5.

5.7 Passo 07: Aquisição das bases cartográficas

Neste item será apresentado o passo 07 representado na figura 05. As fontes para aquisição das bases cartográficas das sedes municipais do CTCSM e das divisões municipais e da malha rodoviária da região em estudo foram as produções do IBGE e os dados abertos do OSM. O levantamento de campo poderia permitir um maior rigor da informação sobre a malha rodoviária, mas configura-se como um método mais dispendioso. Contudo, a utilização desta cartografia não representa prejuízo relevante para a análise que se pretende desenvolver.

Os dados da divisão territorial e sedes municipais e da malha rodoviária formaram as camadas sobre as quais os dados de comidas e bebidas e atrativos naturais e culturais foram trabalhados no SIG. Para o processamento dos dados no SIG, todas as bases cartográficas foram convertidas para o mesmo sistema de referência de coordenadas (projeção). Fez-se uso do Sistema de Referência para as Américas do ano de 2000¹⁶ (SIRGAS 2000), para a zona 23 do sul (UTM23S).

Divisão territorial e Sedes municipais

Usou-se as cartas da base cartográfica de divisão territorial do IBGE (2015), mais especificamente, as bases cartográficas contínuas 1:250.000, versão 2015, em formato *shapefile*, nomeadas de *Limites_v2015* e *Localidade_v2015*¹⁷.

¹⁵ Decidiu-se por não apresentar os dados de latitude e longitude dos atrativos naturais pois a ampla divulgação desse tipo de informação pode sobrecarregar o fluxo de pessoas nos locais. Antes da divulgação, é fundamental o estudo da capacidade e de impactos socioambientais. Manteve-se a informação da Cachoeira da Gruta, em Cristina, para exemplificar o formato, considerando que esta é uma cachoeira estruturada e de fácil acesso.

¹⁶ DATUM é o elipsoide que melhor representa a região em estudo.

¹⁷ Disponíveis em

ftp://geofpt.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/bases_cartograficas_continuas/bc250/versao2015/Shapefile/

Não foi necessário realizar tratamento desses dados. A base cartográfica das localidades contém as sedes municipais que se referem a um ponto, definido pelo IBGE, dentro da área urbana dos municípios, que serão os locais de origem usados na análise de rede, a ser discutida no item 5.9.

Malha rodoviária

A vetorização da malha rodoviária configurou-se como uma das etapas mais demoradas, pois as bases cartográficas utilizadas não contêm uma quantidade e grau de rigor elevados do tema considerado.

Usou-se a base cartográfica de transportes do IBGE (2015), mais especificamente, das bases cartográficas contínuas 1:250.000, versão 2015, em formato *shapefile*, nomeada de Transporte_v2015¹⁸; e dos dados abertos do OSM¹⁹ (2016) para download dos vetores referente à rede viária da região em estudo.

Foi necessário tratar o dado referente às rodovias adquiridos no OSM, fazendo as conexões delas manualmente, no *software* ArcGIS. Para realizar este tratamento, utilizou-se o modo de edição para adicionar feição. Também foi feita a exclusão das linhas referentes aos rios, selecionando somente as rodovias.

5.8 Passo 08: Critérios de combinação dos atrativos

Neste item será apresentado o passo 08 representado na figura 05. Para a combinação dos atrativos principais – comidas e bebidas – com os atrativos secundários – naturais e culturais – optou-se pelo critério de tempo de acesso, a ser detalhado no item 5.9. Para realizar o cálculo de tempo, foi preciso classificar a malha viária e atribuir velocidade média a cada trecho.

A base cartográfica do IBGE contém uma classificação das vias da malha viária - Revestimento primário, Leito natural e Pavimentado. As classificações foram renomeadas para vias urbanas, estradas não pavimentadas e estradas pavimentadas, respectivamente e para cada classificação, foi atribuída a velocidade máxima permitida na maioria dos trechos, ou seja, o espaço e tempo percorrido naquele trecho, conforme sua classificação.

¹⁸ Disponível em

ftp://geofpt.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/bases_cartograficas_continuas/bc250/versao2015/Shapefile/

¹⁹ O *Open Street Maps* é um projeto colaborativo de dados geo-espaciais abertos. Ou seja, o acesso à base de dados é gratuito e qualquer pessoa pode alimentá-la com novas informações. Disponível em <https://www.openstreetmap.org>. Instruções sobre o uso dos dados acesse <http://learnosm.org/en/osm-data/osm-in-qgis/>.

Tabela 2: Base de dados no Excel dos atrativos naturais e culturais do CTCSM

	A	B	C	D	E	F	G
1	Nome Popular	ID	Categoria	Subcategoria	Endereco	Latitude	Longitude
2	Cachoeira Cascata (Cachoeira da Usina)	100	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro da Usina, Conceicao das Pedras, Minas Gerais, Brasil		
3	Cachoeira Toninho Monte (Cachoeira dos Bandeirantes)	101	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Km 1, estrada de Conceicao das Pedras para Natercia, Minas Gerais, Brasil		
4	Igreja de Santo Expedito	121	Atrativos Culturais	Edificacoes	Km 6, estrada de Conceicao das Pedras para o Bairro Sao Jose do Pinhal		
5	Cachoeira do Engenho	102	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Fazenda do Engenho, Bairro da Mata, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
6	Cachoeira do Ze Alair	103	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Fazenda da Cachoeira, Bairro Serra Grande, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
7	Cachoeira do Lambari	104	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro do Lambari, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
8	Cachoeira da Gruta	105	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Rua Jose Joaquim de Carvalho, Gruta, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
9	Mata da Prefeitura (parque ecologico)	106	Atrativos Naturais	Unidades de Conservacao	Paiol Velho, Cristina, Minas Gerais, Brasil	-221331,85	-451525,58
10	Caixa D'agua de Cristina	122	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Jose Araujo Barros, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
11	Casa da Anaclely	123	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Governador Valadares, 16, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
12	Casa do Daltro	124	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca do Chafariz, 01, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
13	Casarao (Sr. Jorge Macksur)	125	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Joao Pessoa, 08, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
14	Chafariz	126	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca do Chafariz, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
15	Rodoviaria (Estacao Ferroviaria)	127	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Jose Araujo Barros, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
16	Pousada Casarao	128	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca do Chafariz, 05, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
17	Capela Sao Jose	129	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Sao Jose, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
18	Igreja de Santo Antonio	130	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Dr. Jose Rezende Ferraz, 01, Vila Vicentina, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
19	Igreja Matriz do Divino Espirito Santo	131	Atrativos Culturais	Edificacoes	Largo da Matriz, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
20	Tumulo do Conselheiro	132	Atrativos Culturais	Edificacoes	Cemiterio, bairro Cemiterio, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
21	Fonte do Peixinho	133	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Santo Antonio, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
22	Leao	134	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Santo Antonio, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
23	Quadro de Joao Honorato	135	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Santo Antonio, 6, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
24	Busto e Cripta do Dr. Silvestre Dias Ferraz Junior	136	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Santo Antonio, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
25	Museu do Trem	137	Atrativos Culturais	Instituicoes Culturais	Praca Jose de Araujo Barros, 01, Centro, Cristina, Minas Gerais, Brasil		
26	Cachoeira do Areiao	107	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Rodovia BR 459, km 191, Ponte de Zinco, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
27	Cachoeira do Salto	108	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro do Salto de Cima, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil.		
28	Cachoeira Ninho da agua	109	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Rodovia MG 350, km 79, agua Limpá, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
29	Parque da Cachoeira do Itagyba	110	Atrativos Naturais	Unidades de Conservacao	Rua Joaquim de Oliveira, Estrada da Fabrica Peixe, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
30	Parque Cruz das Almas	111	Atrativos Naturais	Unidades de Conservacao	Rua Professor Gustavo Moreira, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil.		
31	Antiga Estacao de Trem	138	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Paulino Faria, Floresta, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		

(Continua)

Tabela 2: Base de dados do Excel dos atrativos naturais e culturais do CTCSM.

(Continuação)

	A	B	C	D	E	F	G
1	Nome Popular	ID	Categoria	Subcategoria	Endereco	Latitude	Longitude
32	Fabrica da CICA	139	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Presidente Tancredo Neves, Itagyba, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
33	Fabrica Fruticultores	140	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Clementino Batista da Cunha, Vargem, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
34	Casarao da Barra	141	Atrativos Culturais	Edificacoes	Sub-distrito da Barra, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
35	Casa da Dona Marina (Familia Alves)	142	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Getulio Vargas, 98, Centro, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
36	Estacao do Bigua	143	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro Bigua, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
37	Pontilhao do Salto	144	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro do Salto, Estrada da Antiga Linha Ferrea, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
38	Pontilhao do Sengo	145	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro do Sengo, Estrada da Antiga Linha Ferrea, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
39	Tunel do Barreirinho	146	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro do Barreirinho, Estrada da Antiga Linha Ferrea, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
40	Nossa Senhora da Soledade	147	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Sebastiao Rodrigues Ferreira, Centro, Delfim Moreira, Minas Gerais, Brasil		
41	Cachoeira do Tonho	112	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro da Ronda, Estrada do Saiqui, Marmelopolis, Minas Gerais, Brasil		
42	Cachoeira Santa Barbara	113	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro da Ronda, Marmelopolis, Minas Gerais, Brasil		
43	Imagem Santana	148	Atrativos Culturais	Obras de arte	Estrada Ponte Alta, Marmelopolis, Minas Gerais, Brasil		
44	Cachoeira do Segredo	114	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro Segredo, Pedralva, Minas Gerais, Brasil		
45	Casa (Edificio Macedo)	149	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Paiva Junior, 28A, Centro, Pedralva, Minas Gerais, Brasil		
46	Fazenda agua Limpa	150	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro Agua Limpa, Pedralva, Minas Gerais, Brasil		
47	Fazenda Santo Antonio	151	Atrativos Culturais	Edificacoes	Bairro Santo Antonio, Pedralva, Minas Gerais, Brasil		
48	Mata do Cruzeiro	115	Atrativos Naturais	Flora	Bairro Fazendinha, Distrito Sede, Piranguinho, Minas Gerais, Brasil		
49	Estacao Ferroviaria do Olegario Maciel	152	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua do Comercio, Distrito Olegario Maciel, Piranguinho, Minas Gerais, Brasil		
50	Ponte de Ferro	153	Atrativos Culturais	Edificacoes	Avenida Sebastiao Pereira Machado, Piranguinho, Minas Gerais, Brasil		
51	Igreja do Capote (Nossa Senhora do Carmo)	154	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rodovia BR 459, Distrito de Santa Barbara, Capote, Piranguinho, Minas Gerais, Brasil		
52	Imagem de Santa Isabel de Portugal	155	Atrativos Culturais	Obras de arte	Praca Coronel Braz, Centro, Piranguinho, Minas Gerais, Brasil		
53	Represa da Vila Maria	116	Atrativos Naturais	Hidrografia	Bairro Vila Maria, Pirangucu, Minas Gerais, Brasil		
54	Cachoeira Sao Bernardo	117	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Bairro Sao Bernardo, Pirangucu, Minas Gerais, Brasil		
55	Casa do Ze Silva	156	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Candido Pereira Mendonca, 13, Centro, Pirangucu, Minas Gerais, Brasil		
56	Matriz de Santo Antonio	157	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Joao Pereira Pinto, 07, Centro, Pirangucu, Minas Gerais, Brasil		
57	Paroquia de Santa Rita de Cassia (Santuario)	158	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Santa Rita, Centro, Santa Rita do Sapucaí, Minas Gerais, Brasil		
58	Cachoeira do Quilombo	118	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Estrada do Charco, Bairro Quilombo, Wenceslau Braz, Minas Gerais, Brasil		
59	Cachoeira da Estancia	119	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Rodovia BR 459, km 07, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
60	Cachoeira do Corredor	120	Atrativos Naturais	Quedas d'agua	Estrada Serra dos Toledos, km 03, Serra dos Toledos, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
61	Comunidade Sol de Deus	159	Atrativos Culturais	Edificacoes	Avenida Jose de Souza Noqueira, 505, Santa Rosa, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		

(continua)

Tabela 2: Base de dados do Excel dos atrativos naturais e culturais do CTCSM.

(Continuação)

	A	B	C	D	E	F	G
1	Nome Popular	ID	Categoria	Subcategoria	Endereco	Latitude	Longitude
62	Santuário Nossa Senhora da Piedade	160	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Jose Dias Chaves Sobrinho, Piedade, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
63	Santuário Nossa Senhora da Agonia	161	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Projetada, Nossa Senhora da Agonia, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
64	Igreja Matriz de Nossa Senhora da Soledade	162	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Padre Paulo Hartgers, 8, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
65	Camara Municipal de Itajuba	163	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Dona Amelia Braga, 45, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
66	Casa Rosada	164	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Wenceslau Braz, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
67	Escola Estadual Carneiro Junior (grupo velho)	165	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Getulio Vargas, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
68	Escola Estadual Wenceslau Braz	166	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Olegario Maciel, 1, Avenida, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
69	Grande Hotel	167	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Theodomiro Santiago, 11, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
70	Palacio 26 de fevereiro	168	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Adolfo Olinto, 67, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
71	Postinho da ESSO	169	Atrativos Culturais	Edificacoes	Praca Pereira dos Santos, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
72	Predio Central UNIFEI	170	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Coronel Renno, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
73	Cemiterio Paroquial	171	Atrativos Culturais	Edificacoes	Rua Domiciano da Costa Moreira, 347, Cruzeiro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
74	Estacao Ferroviaria Museu Wenceslau Braz	172	Atrativos Culturais	Instituicoes Culturais	Praca Doutor Joao Braz, Boa Vista, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		
75	Santa Casa de Misericordia	173	Atrativos Culturais	Edificacoes	Avenida Cesario Alvim, 632, Centro, Itajuba, Minas Gerais, Brasil		

Fonte: elaborada pela autora.

Os valores atribuídos aos trechos foram convertidos, pelo sistema, em metros por minutos, conforme configuração realizada, organizando essa informação em uma nova coluna, os quais foram:

- Vias urbanas, que configuram as ruas e avenidas: 30 km/h.
- Estradas pavimentadas, que representam as rodovias: 40 km/h.
- Estradas não pavimentadas, que configuram as estradas rurais: 30 km/h.

As velocidades foram definidas conforme orientação do Código de Trânsito Brasileiro (CTB)²⁰, capítulo III, artigo 61, § 1º quando dispõe sobre as velocidades onde não existir sinalização regulamentadora. As velocidades máximas determinadas são:

I – nas vias urbanas:

- a) Oitenta quilômetros por hora, nas vias de trânsito rápido;
- b) Sessenta quilômetros por hora, nas vias arteriais;
- c) Quarenta quilômetros por hora, nas vias coletoras;
- d) Trinta quilômetros por hora, nas vias locais.

Como a classificação dada para os trechos da rodovia presentes nos dados do IBGE não usa a mesma divisão, usou-se, para as vias urbanas a velocidade máxima determinada para as vias locais, ou seja, 30 quilômetros por hora.

II – nas vias rurais:

- a) Nas rodovias:
 - 1) Cento e dez quilômetros por hora para automóveis, camionetas e motocicletas (redação dada pela Lei nº 10.830, de 2003);
 - 2) Noventa quilômetros por hora, para ônibus e microônibus;
 - 3) Oitenta quilômetros por hora, para os demais veículos;
- b) Nas estradas, sessenta quilômetros por hora.

Foram denominadas neste trabalho, as rodovias, de estradas pavimentadas. Definiu-se como velocidade a metade da menor velocidade determinada pelo CTB para esse tipo de via - a metade de 80 quilômetros – ou seja, 40 quilômetros por hora.

As estradas rurais, neste trabalho denominadas de estradas não pavimentadas, definiu-se a metade da velocidade máxima definida pelo CTB para este tipo de via – 60 quilômetros por hora – ou seja, 30 km/h.

O traçado das ruas e rodovias e a atribuição da velocidade máxima em cada trecho da rede permitiu a obtenção do tempo para percorrer determinado trajeto. O tratamento

²⁰ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9503.htm.

foi realizado de modo a fazer as junções das ruas e rodovias, procedimento fundamental para obter a análise desejada.

A imprecisão da informação presente nas bases cartográficas utilizadas representa uma limitação deste trabalho já que a exatidão neste tipo de informação demandaria a verificação pessoal ou por satélite de cada rua e rodovia que compõe todo o CTCSM.

A figura 6 ilustra as estradas conforme sua classificação:



Figura 6: Ilustração dos trechos da malha viária
Fonte: elaborado pela autora

5.9 Passo 09: Análise de rede

Neste item será apresentado o passo 09 representado na figura 05. Para realização da análise de rede foi utilizado o procedimento de modelagem de caminhos Localização-alocação, disponível por meio da extensão *Network Analyst*, do software ArcGIS.

Uma rede é construída com base em segmentos de reta (arcos) conectados entre si através de nós (vértices). A conectividade é uma relação topológica entre dois ou mais segmentos, sendo que na análise de redes é examinada a forma como os arcos estão interligados e como pode ser efetuado o fluxo de elementos através desses elementos lineares (OSÓRIO, 2010).

A análise de rede envolve o cálculo do trajeto de menor custo ao longo de uma rede e possibilita cinco tipos de análise: i) percurso ótimo; ii) localização ótima; iii) área de serviço iv) distância-custo; v) logística de transportes. Neste trabalho, a rede referiu-se aos caminhos percorridos (ruas, estradas rurais, rodovias) para se chegar a cada uma das produções de comidas e bebidas e nos atrativos culturais e naturais, a partir das sedes de cada município.

Utilizou-se da análise iv) distância-custo, que implica em uma matriz de custo ou matriz origem-destino (matriz O/D) - sustentado num atributo de impedância - entre múltiplos locais de origem e múltiplos de destino. Os múltiplos locais de origem são as 10 sedes dos municípios do CTCSM, definidos pela base cartográfica do IBGE, conforme explicação realizada no item 5.7. Os múltiplos locais de destino são as diversas produções de comidas e bebidas. A impedância mede uma dificuldade ao deslocamento e a matriz O/D representa os tempos de viagem.

O custo é a impedância, que neste caso, foi o tempo gasto para acessar cada produção, em até 30 minutos e em até 60 minutos, partindo de cada uma das sedes. O critério estabelecido refere-se à identificação de qual sede, a partir das 10 sedes existentes, que alcança o maior número de produções de comidas e bebidas, em intervalos de até 30 minutos e de 30 a 60 minutos, combinados com os atrativos naturais e culturais. A partir dessa resposta, foram selecionados os locais com produções tradicionais para compor o roteiro turístico.

Não foram encontradas, na literatura, referências quanto ao tempo de acesso ou distâncias quando da necessidade de passeios curtos. As referências apontam apenas para a divulgação da distância ou tempo de acesso.

Sendo assim, partindo das características do município polo e de maior população – Itajubá – que apresenta características do turismo de negócios²¹, juntamente com o tipo de

²¹ Supõe-se que grande parte dos turistas presentes na região visitam-na para realizarem negócios. Contudo, não foi realizada pesquisa para verificação dessa informação. Uma pesquisa de perfil de turista poderá contribuir com o direcionamento das estratégias de turismo em termos de serviços e produtos a serem desenvolvidos e oferecidos.

produção a ser destacada nesse trabalho, as comidas e bebidas, entendeu-se que essas deveriam ser acessadas na forma de passeios curtos, no intervalo do almoço e pós-expediente.

Considerando duas horas de intervalo para almoço, considerou-se 30 minutos para a ida e 30 minutos para a volta com mais 60 minutos para o almoço um tempo razoável. Da mesma forma, considerando o encerramento do expediente às 18h, julgou-se plausível 60 minutos para a ida e 60 minutos para a volta, com 2h de permanência no local. Desta forma, os locais de produção de comidas e bebidas podem ser visitados tanto no período vespertino quanto no período noturno.

Teve-se, portanto, os pontos de produção de comidas e bebidas, além dos atrativos naturais e culturais, espalhados pelo CTCSM, que são chamadas de localidades. Parte-se do princípio de que o turista que deseja experimentar as comidas e bebidas e visitar os outros atrativos estará hospedado na sede de um dos municípios do CTCSM, que são chamadas de pontos de demanda. Para proposição do roteiro, foram levantadas, com esta análise, as quantidades de pontos de produção de comidas e bebidas que podem ser alcançados, partindo da sede de cada município, em períodos de tempo de até 30 minutos e de 30 a 60 minutos.

As comidas e bebidas configuram-se como o principal dado desta pesquisa. Elas são o foco do estudo e todos os outros dados coletados foram relacionados a elas para a proposição dos roteiros turísticos.

A partir do universo de informações sistematizadas e registradas na base de dados e posteriormente importadas para o SIG, fez-se a representação espacial para proposição do roteiro turístico.

A figura 07 ilustra o conjunto das produções de comidas e bebidas e os atrativos naturais e culturais existentes no CTCSM, sendo 16 produções de bebidas, 66 produções de comidas, 53 atrativos culturais e 21 atrativos naturais. As comidas e bebidas totalizaram 82 produções. Os atrativos naturais e culturais somam 74. Foram respeitadas as informações levantadas pelo circuito, mas entendeu-se que, pela característica histórica da região, outros atrativos culturais poderão ser identificados.

Os tipos de comidas identificadas na região do circuito foram: queijo semi-industrial, doces e compotas de frutas da época, quitutes, tortas doces e salgadas, pão de queijo, geleias, massa de macarrão, casquinha de truta, pastel de milho, pamonha, bolo de milho, broa de milho, curar de milho, marmelada, bolachas e sequilhos, bolos e tortas, banana chips, chocolate artesanal, bombom, farofa de pinhão, pimenta em conserva, fogaça caipira, casquinha de truta, doce de marmelo, marmelada, doce de abóbora, sopa de marmelo, peixe frito, peixe assado, peixe ensopado, azeite, pimenta em conserva, mel, bombom de banana,

banana passa, orgânicos, umbigo de bananeira, moqueca de peixe, macarrão com molho vermelho, leitoa assada, pé-de-moleque, mel, cajuzinho, cocada e salgados em geral.

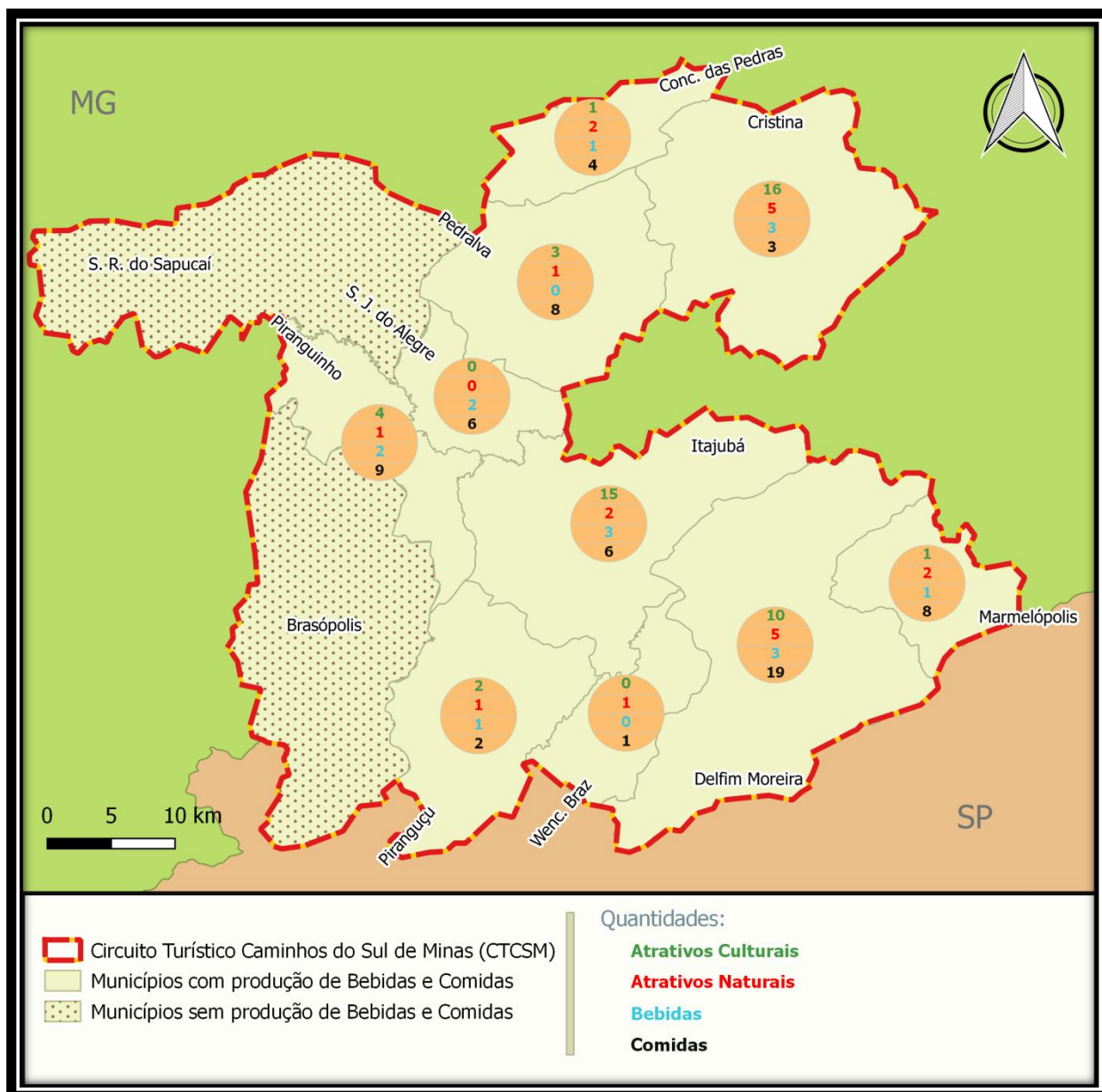


Figura 7: Comidas, bebidas, atrativos naturais e culturais CTCSM

Fonte: elaborado pela autora

As bebidas identificadas foram do tipo: cachaça²² e aguardente²³, licor, café e *drinks*, cerveja, caldo de cana, suco de milho e suco de marmelo. Destaca-se que para cada tipo de comida e bebida, foram encontradas, em alguns casos, mais de uma produção.

²² A definição de cachaça pode ser encontrada tanto na IN nº 13, de 29/06/2005 do MAPA quanto no RAC anexo à Portaria Inmetro nº 276 de 24/09/2009. Como normas e documentos de referência, tem-se Decreto 73.267, de 06/12/73, estabelecido pelo Presidente da República Portaria 371 do Ministério da Agricultura, publicada no D.O.U. de 19/09/74.

²³ A aguardente é uma bebida de alto teor alcoólico podendo ser de cana ou não (Houaiss, 2001, p. 125). Dentre as bebidas investigadas, há a produção da aguardente de frutas, em especial da banana. Outras produções, como a pinga de marmelo, são produzidas com frutas que são conservadas na cachaça.

Ressalta-se novamente que os municípios de Brasópolis e Santa Rita do Sapucaí não apareceram na análise, pois o primeiro não fazia parte do circuito quando o mapeamento foi realizado e o segundo não possuía nenhuma produção de comidas ou bebidas no período da pesquisa. Neste contexto, os mapas representados nas figuras 7, 8, 9, 10 e 11 apresentaram todos os municípios pertencentes ao CTCISM para que este seja representado integralmente, mas Brasópolis e Santa Rita do Sapucaí não fizeram parte das análises nem comporam o roteiro proposto.

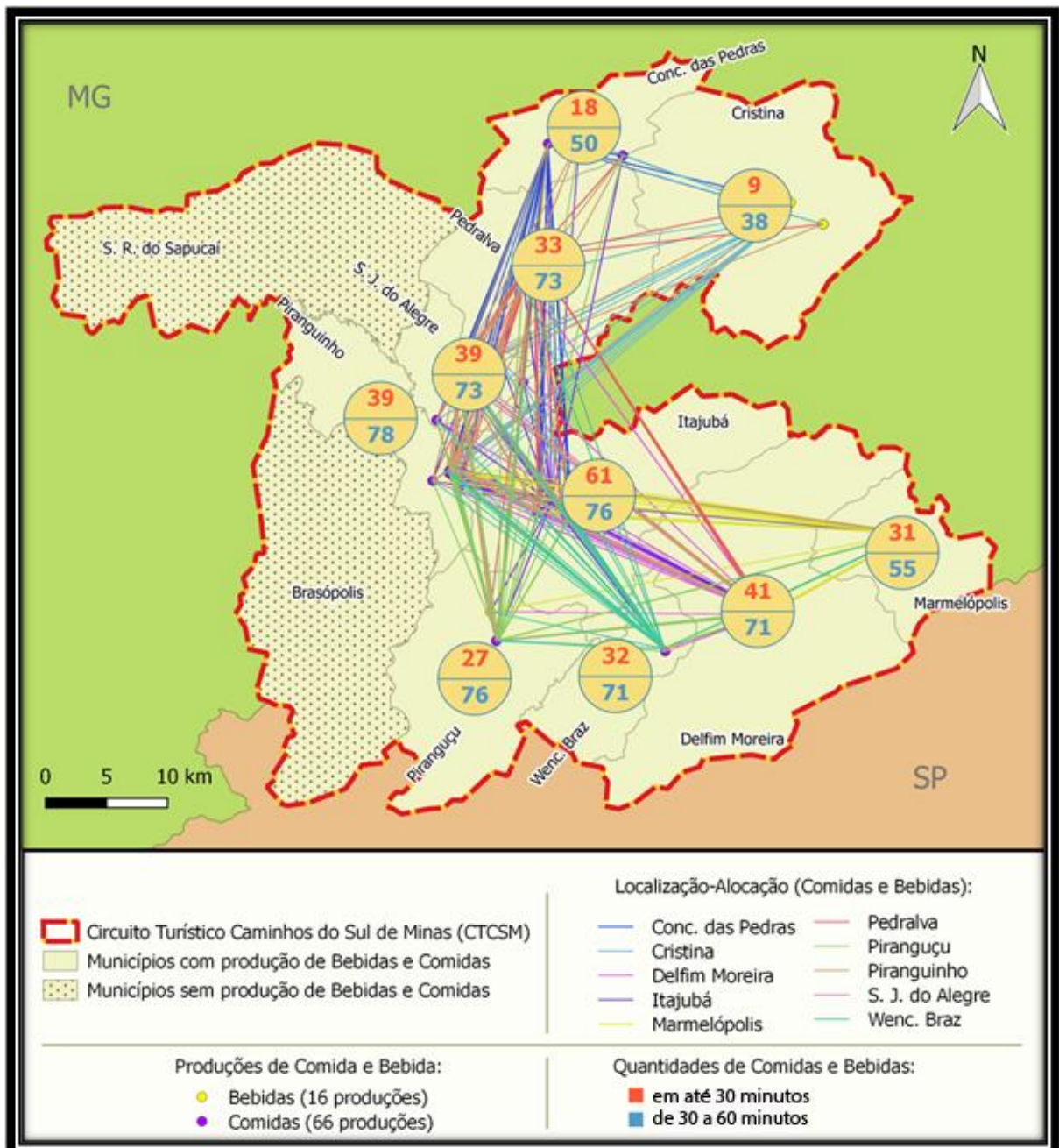


Figura 8: Análise de rede - localização-alocação: comidas e bebidas

Fonte: elaborado pela autora

Os atrativos naturais e culturais ajudam a compor o conjunto de atrativos regionais. A combinação da produção de comidas e bebidas com outros atrativos aumenta a capacidade de reter o turista na região por um período mais prolongado, estimulando os efeitos multiplicadores da atividade turística (DANTAS & MELO, 2011).

Os atrativos naturais escolhidos foram as quedas d'água, a hidrografia, a flora e as unidades de conservação, pois esses são passíveis de visita em períodos curtos de tempo (30 e 60 minutos, conforme proposição deste trabalho), diferentemente do acesso às montanhas, planícies e planaltos que pode demandar muitas horas para a visita.

Para os atrativos culturais, foram escolhidas as edificações, instituições culturais e obras de arte já que a visita a esses atrativos é permanente e constante, diferentemente das feiras, festas e festivais que ocorrem em diferentes momentos do ano. Os atrativos naturais e culturais estão relacionados na tabela 2, apresentada anteriormente.

A figura 08 ilustra a análise de rede realizada para se encontrar o local, a partir do qual é possível acessar o maior número de pontos atrativos, no intervalo de tempo (impedância) em até 30 e de 30 a 60 minutos. De cada sede dos municípios saem tantas linhas quantas forem as comidas e bebidas acessíveis nos intervalos de tempo determinados. A representação da análise deu-se em linhas que partem das sedes para as produções. Contudo, não se refere à análise pela distância euclidiana. A análise foi realizada a partir da matriz de tempos (ou matriz de custo, ou matriz O/D – origem e destino), conforme explicações realizadas na introdução deste item 5.9.

Itajubá é a sede municipal que possibilita o acesso ao maior número de comidas e bebidas no intervalo de 30 minutos (61) e no total de produções acessíveis em 30 e 60 minutos (137). A sede de Piranguinho é a que permite o acesso ao maior número de comidas e bebidas no intervalo de 60 minutos (78), seguida da sede de Itajubá (76).

A figura 09 apresenta as comidas e bebidas somadas aos atrativos naturais e culturais. A sede de Itajubá continua sendo o ponto que permite o acesso ao maior número de comidas e bebidas combinadas com os atrativos naturais e culturais, no intervalo de 30 minutos (99) e no total de atrativos acessíveis (224).

A sede de Piranguinho é o local que permite o acesso ao maior número de comidas e bebidas combinadas com os atrativos naturais e culturais, no intervalo de 60 minutos, seguida da sede de São José do Alegre e Pedralva.

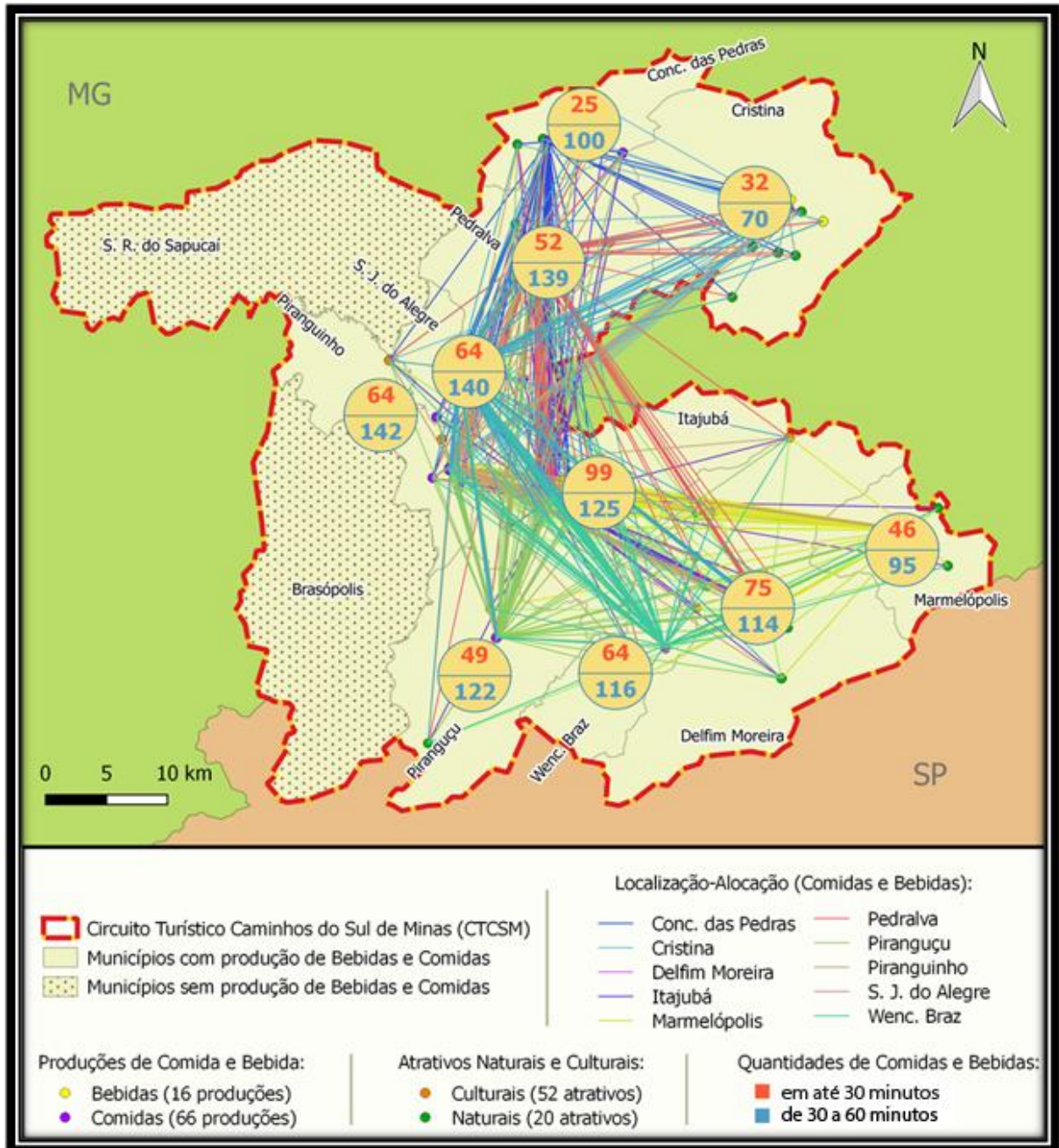


Figura 9: Análise de rede - localização-alocação: comidas, bebidas, atrativos naturais e culturais.

Fonte: elaborado pela autora

5.10 Passo 10: Seleção das produções tradicionais

Neste item será apresentado o passo 10 representado na figura 05. Para refinamento da seleção dos pontos a serem incluídos no roteiro turístico, aplicou-se filtros que exibissem somente produções de comidas e bebidas tradicionais da região em estudo.

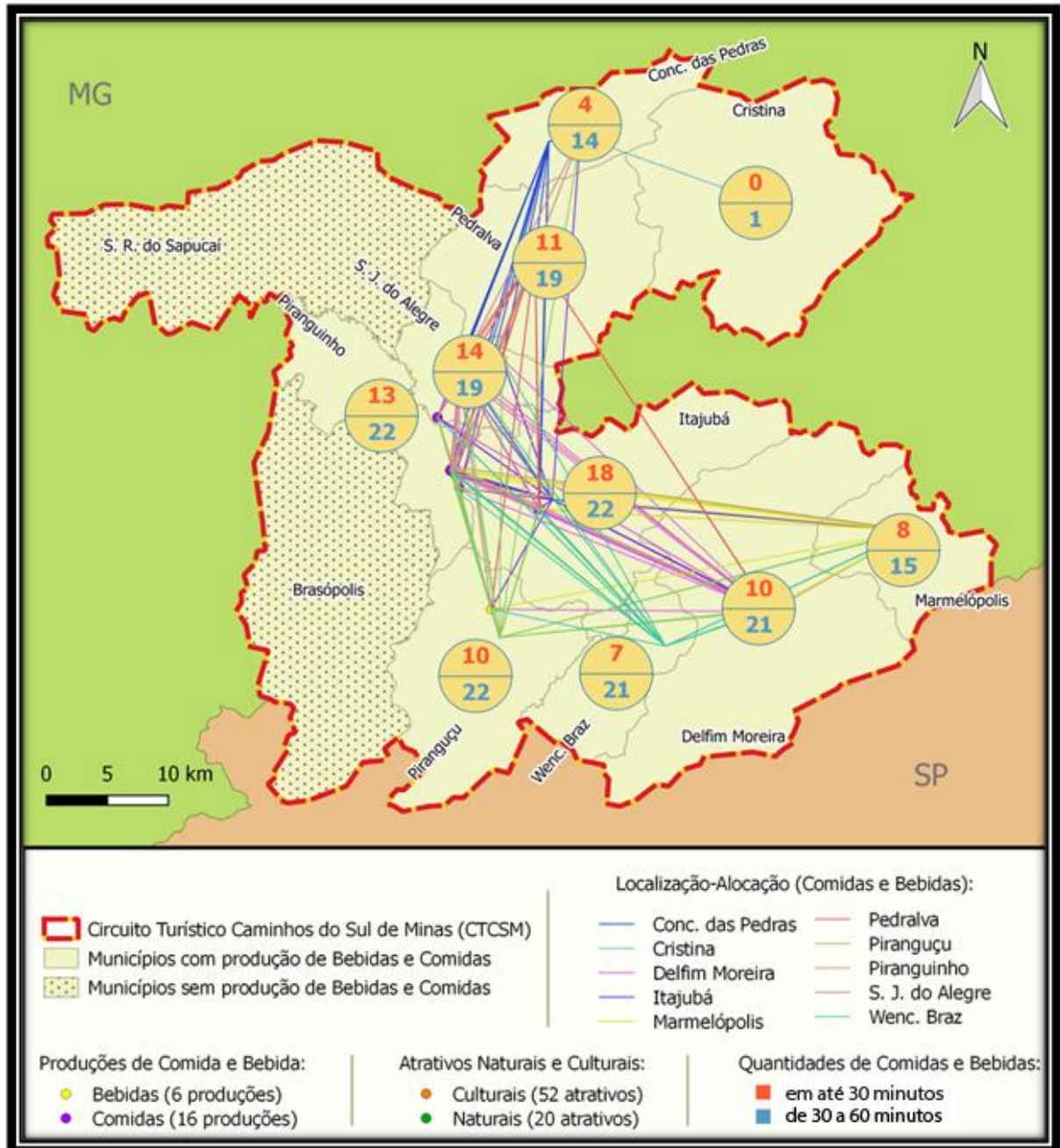


Figura 10: Análise de rede - localização- alocação: comidas e bebidas tradicionais

Fonte: elaborado pela autora

Como tradicionais, partiu-se da definição presente no Dicionário de Conceitos Históricos (SILVA & SILVA, 2006), que entende tradição significando elementos culturais presentes nos costumes, nas Artes, nos fazeres que são herança do passado que continua a ser aceito e atuante no presente. É um conjunto de práticas e valores enraizado nos costumes de uma sociedade.

Entendeu-se por tradicional, as produções existentes há mais de 20 anos, aprendidas com a família e que seguiram a tradição, não sendo produzidas por moradores recentes. A figura 10 mostra que, novamente, a sede de Itajubá é a que possibilita alcançar o maior

número de produção de comidas e bebidas, neste caso, tanto para 30 quanto para 60 minutos (18 e 22 produções, respectivamente, totalizando 40). Piranguinho e Piranguçu também atingem 22 produções no intervalo de 60 minutos.

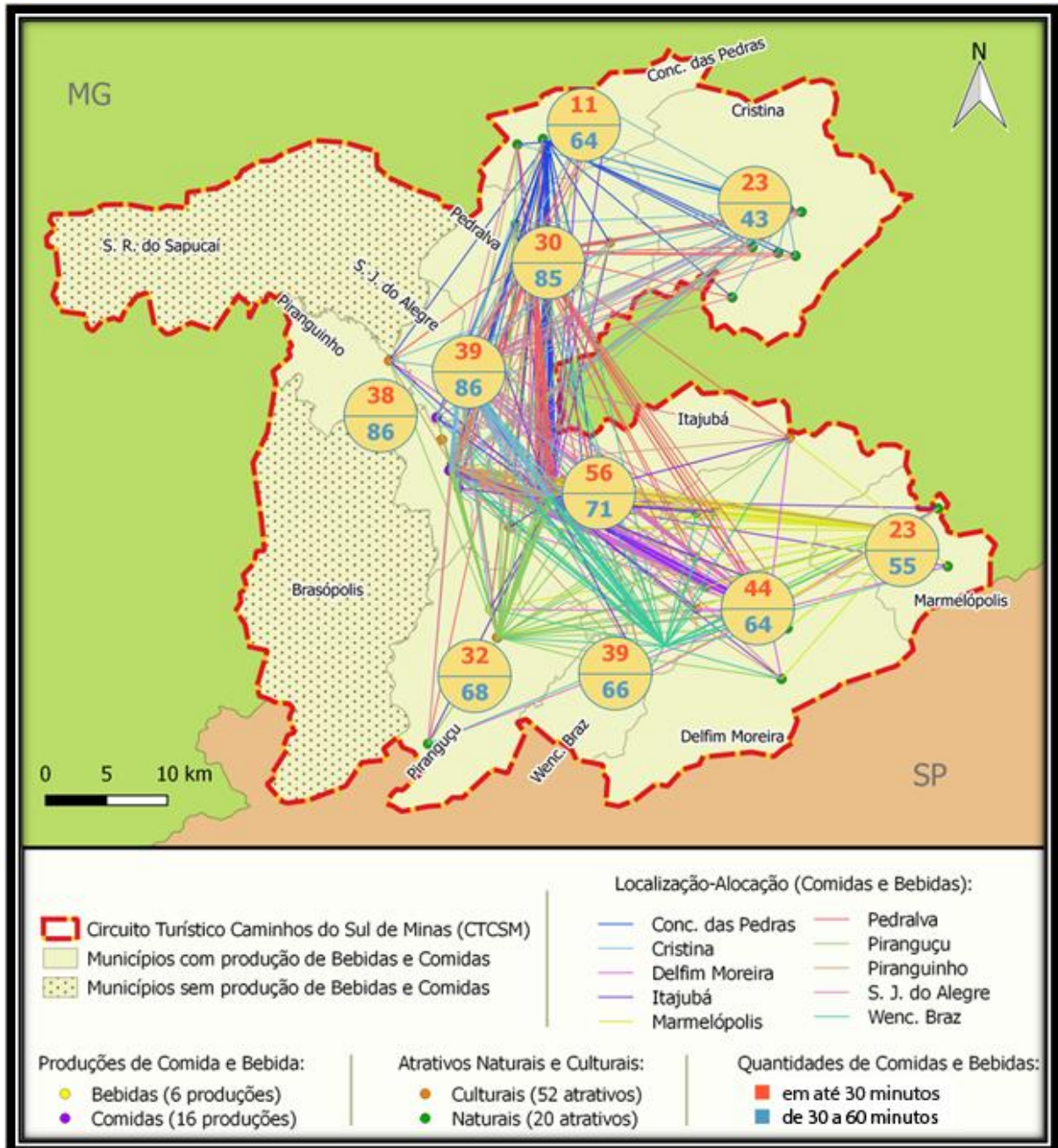


Figura 11: Comidas e bebidas tradicionais + atrativos naturais e culturais

Fonte: elaborado pela autora

A figura 11 ilustra as produções de comidas e bebidas combinadas com os atrativos naturais e culturais. A partir da combinação das produções de comidas e bebidas com os atrativos naturais e culturais existentes, percebe-se que também é a partir de Itajubá que se acessa o maior número de atrativos, no intervalo de 30 minutos (56). Considerando-se o intervalo de 60 minutos, o acesso ao maior número de atrativos é partindo de Piranguinho e São José do Alegre (86).

A definição de roteiro turístico mais atual, apresentada pelo Ministério do Turismo (2007) diz que este é “um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Não tem obrigatoriamente um ponto inicial e um final. O turista começa a visitação de qualquer um dos destinos”.

A explicação contribui com os caminhos finais de elaboração do roteiro. Como elementos que lhe conferem identidade foram selecionadas as comidas e bebidas, combinadas com os atrativos naturais e culturais. A combinação dos atrativos e a estruturação do roteiro têm por finalidade aumentar o número de opções a serem visitadas pelo turista, promovendo a região e a comercialização turística.

Não tendo obrigatoriamente um ponto inicial e um ponto final, elaborou-se este roteiro partindo do princípio de que o turista poderá começar o passeio por qualquer um dos pontos selecionados e descritos. Para definição de roteiro de 30 minutos e 60 minutos, considerou-se como local de partida, a sede de Itajubá.

Tabela 3: Comidas e bebidas tradicionais

Produto	Município	Local da produção
(1) Cachaça	Conceição das Pedras	Alambique
(2) Cachaça	São José do Alegre	Alambique
(3) Cachaça	São José do Alegre	Alambique
(4) Cachaça	Piranguçu	Alambique
(5) Cajuzinho, (6) cocada, (7) pé-de-moleque	São José do Alegre	Fábrica
(8) Doce de abóbora, (9) marmelada, (10) geleia de marmelo	Marmelópolis	Empresa
(11) Marmelada, (12) pinga artesanal de marmelo	Delfim Moreira	Restaurante
(13) Pé-de-moleque	Piranguinho	Empresa
(14) Pé-de-moleque	Piranguinho	Empresa
(15) Pé-de-moleque	Piranguinho	Empresa
(16) Pé-de-moleque	Piranguinho	Empresa
(17) Sopa de marmelo, (18) marmelada, (19) geleia	Delfim Moreira	Casa
(20) Peixe-frito	São José do Alegre	Restaurante
(21) Caldo de cana e (22) pastel de milho	Itajuba	Mercado Municipal

Fonte: elaborado pela autora

A partir da seleção da sede que acessa o maior número de produções tradicionais e atrativos naturais e culturais – Itajubá - fez-se nova seleção para definição dos pontos e a descrição deles para a composição do roteiro. A seleção apresentou 22 produções, relacionadas na tabela 03.

Não foi possível visitar uma das produções de cachaça de São José do Alegre, pois os responsáveis não foram encontrados no endereço informado e os telefones disponíveis não atenderam. Dentre as barracas de pé-de-moleque, selecionou-se a mais antiga, existente há 75

anos. O caldo de cana e o pastel de milho são produzidos no mesmo local, portanto, foram descritos conjuntamente. Optou-se por não incluir a fábrica de doces de São José do Alegre haja vista que já consta a produção de pé-de-moleque de Piranguinho que é mais tradicional devido ao reconhecimento do produto como patrimônio imaterial.

5.11 Passo 11: Visita às produções para descrição da experiência

Neste item será apresentado o passo 11 representado na figura 05. Esta etapa consistiu no retorno aos estabelecimentos com as produções de comidas e bebidas para experimentar as produções. Após a seleção das produções tradicionais, foi necessário visitá-las para experimentar as comidas e bebidas e descrevê-las enquanto experiência sensitiva – degustativa e de observação – e histórica-cultural – de saberes e relação com o local.

As produções de cachaça já haviam sido visitadas quando da necessidade de coleta das coordenadas geográficas não identificadas pelos endereços, conforme explicado no item 5.2. Nessas visitas, além de conhecer o local de produção e armazenamento e degustar as bebidas, foram coletadas informações, na forma de conversas informais com os proprietários/produtores, sobre a história da produção. As visitas às produções de cachaça duraram em torno de 45 minutos em cada estabelecimento.

A visita às outras produções não contou com conversas com proprietários/produtores. As comidas/bebidas foram apreciadas como consumidor/cliente. Não sendo a pesquisadora especialista em degustação, buscou-se atentar para aspectos sutis como a estrutura do local e a paisagem, para que a descrição fosse mais sensitiva do que simplesmente o aspecto degustativo.

5.12 Passo 12: Descrição das produções na forma de roteiro

Neste item será apresentado o passo 12 representado na figura 05. Esta etapa referiu-se à descrição da experiência para exemplificação de roteiro turístico, tendo como tema as comidas e bebidas presentes na região e consideradas tradicionais. Figurativamente, o roteiro foi nomeado como Roteiro Turístico “Caminhos Saborosos do Sul de Minas”. A descrição das produções permitiu expressar a experiência a vivida a partir da visitação, tanto como experiência degustativa, o sabor, quanto experiência de trocas, os saberes e a história presentes na produção e no jeito de ser do local visitado.

O roteiro turístico “Caminhos Saborosos do Sul de Minas” passeia por 08 municípios do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas e remete às coisas simples, que desenham genuinamente o Sul de Minas. Os atrativos são acessíveis aos turistas que visitam a região,

estando eles hospedados em qualquer um dos municípios pertencentes ao CTCSSM. As comidas e bebidas são produções tradicionais, com receitas transferidas por famílias de geração em geração e produções de até 250 anos. Destaque para as cachaças, todas com mais de 100 anos de história e com forte relação com o local de produção e as famílias produtoras. Não há sazonalidade nas produções, podendo ser apreciadas em qualquer época do ano.

É possível visitar, ainda, cachoeiras e construções antigas que ajudam a ilustrar a paisagem e a contar a história dessa região da Serra da Mantiqueira.

“Caminhos Saborosos do Sul de Minas” em 30 minutos

Partindo de Itajubá, em 30 minutos é possível apreciar a boa comida mineira, refrescar-se nas cachoeiras ou apenas apreciá-las e conhecer um pouco da história de nossa região.

Cachaça de Piranguçu

A Cachaça de Piranguçu, situada no bairro do Sobradinho, entre fazenda, sítios e paisagens instigantes existe há mais 140 anos e atualmente é comandada pelo patriarca da família. Tradição passada de geração em geração, o produto traz consigo o orgulho da relação da cachaça com a história da família.



Figura 12: Processo de fabricação da cachaça em Piranguçu
Fonte: produzida pela autora

O alambique lembra o mangueiro de uma fazenda. A porteira da entrada está sempre aberta para receber os visitantes. No rancho, ficam a máquina de moer cana e os equipamentos de fermentação e destilação.

O fabrico é rústico e artesanal. O fogo do artefato da destilação é mantido pela combustão do próprio bagaço seco da cana. Pode-se visitar ainda o local de armazenamento da bebida, com quatro tonéis de madeira da mesma idade da cachaçaria. O envase é feito com

reaproveitamento dos vasilhames, atendendo às exigências sanitárias de reutilização. A cachaça tem uma suavidade particular, recebendo visitantes de São Paulo, Rio de Janeiro e até mesmo do exterior que desejam comprar direto no alambique. Funciona de segunda a sábado, das 08 às 17h. Necessário realizar agendamento com o proprietário. Coord. Geográficas: -22.50667, -45,50175.

Visite ainda: o Carasão antigo, datado de 1910, construído em pedra e paredes de adobe e a Igreja matriz de São José, construção do início do século XX, de onde também se tem um visual das montanhas, e conheça um pouco mais da história de Piranguçu.

Caldo de cana e pastel de milho do mercado de Itajubá

O caldo de cana e o pastel de milho do mercado municipal de Itajubá existem há 33 anos. O espaço do Mercado Municipal complementa a experiência já que é movimentado, com muitas pessoas indo e vindo e muito agito. O ponto está sempre cheio e difícil é achar uma 'beirinha' pra fazer o pedido. A cana - plantada pelo proprietário do estabelecimento - compõem o cenário.



Figura 13: Caldo de cana e pastel de milho do Mercado de Itajubá

Fonte: produzida pela autora

A cana é moída na hora e pode ser saboreada com pastel de milho. A combinação é pitoresca e juntas dão um paladar genuíno. Funciona de segunda a sábado, das 08 às 18h e domingo, das 08 às 12h, no Mercado Municipal de Itajubá. Coord. Geográficas: -22.432278, -45.462764.

Visite ainda: a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Soledade, tombado em 1998 pelo Conselho de Patrimônio Histórico e Artístico de Itajubá e o Prédio Central da UNIFEI, que abrigou a então escola de engenharia em 1913.

Pé-de-moleque de Piranguinho

O pé-de-moleque de Piranguinho, considerado patrimônio imaterial de Minas Gerais em 2009 é vendido em sua barraca mais antiga há mais de 75 anos e é ponto de parada obrigatório para viajantes e motoristas que cruzam a BR 459.

Além do pé-de-moleque com amendoim inteiro e moído, há variações com chocolate e a opção gourmet: pé-de-moça, feito com leite condensado. Para conhecer o processo de produção é preciso pedir autorização para a proprietária. Funciona todos os dias, das 07 às 21h. O local tem espaço para estacionamento de ônibus já que é ponto de parada dos romeiros que seguem rumo à Aparecida do Norte. Coord. Geográficas: -22.406885, -45.530255.



Figura 14: Pé-de-moleque de Piranguinho
Fonte: programa Revista do Campo²⁴

Visite ainda: a Imagem de Santa Isabel de Portugal, trazida ao município em 1920, por solicitação da elite que não aceitava São Benedito como padroeiro, devido a sua descendência africana.

Peixe-frito de São José do Alegre

O peixe-frito de São José do Alegre é servido há 35 anos, sendo um prato simples, mas de ótimo gosto e sabor. O peixe é banhado em clara de ovo e empanado na farinha de milho, é acompanhado de batata-frita, salada e arroz branco. O local é simples, mas confortável, em dois espaços, bar e restaurante.

Na parte que abriga o restaurante, há um corredor que leva a cozinha do bar-restaurante, o que lembra o corredor de uma casa. A comida é saborosa e o atendimento típico

²⁴ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=aaw00J_INBk.

do interior, em que tudo parece não ter pressa. Funciona de domingo a segunda das 11 às 15h e à noite, de terça à sábado, a partir das 19h. Coord. Geográficas: -22.3241, -45,525806.



Figura 15: Peixe-frito em São José do Alegre
Fonte: produzida pela autora

Pinga²⁵ artesanal de marmelo e marmelada de Delfim Moreira



Figura 16: Pinga e marmelada artesanais de Delfim Moreira
Fonte: página do CTCSM²⁶

A pinga artesanal de marmelo é produzida uma vez ao ano, há mais de 60 anos. A bebida é doce e com aroma muito agradável. A marmelada caseira, também produzida no restaurante local, é macia.

As produções de marmelo são tradicionais no município, resgatando a história econômica local. Coord. Geográficas: -22,507673, -45,280101. Visite ainda: a antiga Fábrica

²⁵ A pinga de marmelo é produzida a partir da conservação do marmelo na cachaça. Optou-se por usar a denominação utilizada pelos produtores.

²⁶ Disponível em <http://www.caminhosdosuldeminas.com.br/turismo/Pagina.do?jsessionid=yiicyfh4wxku?idSecao=128&idNoticia=4335>

da CICA. A construção lembra as indústrias da Europa, na Revolução Industrial, com tijolos à vista e grandes caixilhos de vidros. E a cachoeira do Itagyba, de fácil acesso e localizada próxima ao centro de Delfim Moreira.

Sopa de marmelo de Delfim Moreira

A sopa de marmelo é receita familiar existente há 45 anos. Sua fórmula consta basicamente de marmelo, açúcar, maisena, água e queijo. A sopa pode ser saboreada na Festa do Marmelo ou por encomenda. Aproveite para experimentar também a marmelada e a geleia de marmelo, que junto da sopa, são referência culinária do município de Delfim Moreira. Coord. Geográficas: -22.508329, -45.279902.



Figura 17: Sopa de marmelo em Delfim Moreira
Fonte: página do Portal Serra da Mantiqueira²⁷

Visite ainda: a antiga Estação de Trem, atualmente Escola Estadual Marquês de Sapucaí, construída em 1927 e o Casarão da Família Alves, hoje Casa da Dona Marina, datada de 1880, construção em estilo barroco, onde, em seus porões, funcionou uma senzala.

“Caminhos Saborosos do Sul de Minas” em 60 minutos

Se estiver com um pouco mais de tempo disponível, continue saboreando a tradicional comida e bebida mineira e conhecendo a história desse pedaço da Serra da Mantiqueira. Os atrativos deste roteiro podem ser visitados em até 60 minutos, partindo de Itajubá.

Cachaça de São José do Alegre

A Cachaça de São José do Alegre está situada no bairro do Pinhal, data de 1765. A estrutura do alambique compõe um cenário rústico. É possível acompanhar o processo de fabricação, a moenda, os processos de fermentação e destilação artesanais.

²⁷ Disponível em <http://www.portalserradamantiqueira.com.br/delfim-moreira-revela-a-receita-da-sopa-de-marmelo-passada-de-geracao-em-geracao/>. Acesso em 07 de setembro de 2016.



Figura 18: Reserva de cana para produção da cachaça

Fonte: produzida pela autora

Os barris de armazenagem são antigos – de madeira de carvalho e de castanheira – com capacidade para 50 mil litros. A cachaça faz jus ao nome: desce macia e com uma forte ardência e leve toque da madeira que a conserva. Necessário agendamento com os responsáveis. Coord. geográficas: -22.32105, -45.49243.

Cachaça de Conceição das Pedras

A Cachaça de Conceição das Pedras é produzida no bairro São José. Não se sabe muito bem a data do processo de produção da cachaça, mas em uma reforma realizada no local de produção encontrou-se uma parede, demolida, com indicativos de que a cachaça era produzida desde 1889.

A data marcada na pedra assinala o início do engenho. Para produção da bebida, um duto de pedra bruta foi construído - com um portal em arco no meio, digno de fotografia - para a movimentação da moenda, parte do processo fabril, conforme mostra a figura 19.

No rótulo da cachaça se evidencia a paisagem do duto, este. A cachaça aromática, encorpada e traz uma picância suave. Funciona de segunda a sábado, das 08 às 17h. Necessário realizar agendamento com o proprietário. Coord. Geográficas: -22.15635, -45.4295.

Visite ainda: a Cachoeira da Usina que recebeu esse nome devido a Usina Hidrelétrica instalada aí em meados do século XX. O local guarda ainda alguns resquícios da época em que funcionou como uma das casas de máquinas, hoje uma ruína que se tornou uma espécie de mirante.



Figura 19: Duto de pedra no alambique da cachaça de Conceição das Pedras
Fonte: produzida pela autora

Marmelada de Marmelópolis

A marmelada já foi o doce mais popular do Brasil e Marmelópolis, o maior produtor e distribuidor nacional deste doce. As plantações ficavam no alto dos morros e os mais antigos ainda lembram, saudosos, dos tempos áureos da produção do marmelo. Apesar do fechamento das fábricas, uma delas ainda sobrevive pelo desejo de uma família que não queria deixar acabar a tradição da marmelada.



Figura 20: Processo de produção da marmelada em Marmelópolis
Fonte: produzida pela autora

Além da famosa marmelada, produz-se, ainda o doce de abóbora e a geleia de marmelo. Os doces podem ser adquiridos na própria fábrica e ainda é possível conhecer o processo de fabricação, agendando com os proprietários. Coord. Geográficas: -22.448939, -45.165136.

Visite ainda: a Cachoeira Santa Bárbara, que nasce na base do Pico do Marinzinho e corre sobre uma rocha de mármore de origem vulcânica, cercada por uma floresta cuja

principal espécie são as araucárias. Possui aproximadamente duzentos metros de queda sob uma inclinação de aproximadamente 45°. Tem uma pequena piscina natural na base, com as bordas limpas. O acesso se dá por trilhas.

5.13 Passo 13: Procedimento de elaboração roteiro turístico

Neste item será apresentado o passo 13 representado na figura 05. Retomando o objetivo geral, esta pesquisa propôs-se apresentar um procedimento para elaboração roteiro turístico de comidas e bebidas produzidas na região do CTCSM, fazendo uso de um Sistema de Informação Geográfica.

Ao questionar-se como o SIG poderia contribuir na proposição de um roteiro de comidas e bebidas para o CTCSM, buscou-se a partir de referencial teórico e preocupações da pergunta, levantar as potencialidades turísticas da região e combiná-las utilizando as tecnologias, neste caso um SIG, realizando a análise de rede. No geral, os procedimentos de elaboração de roteiro turístico existentes também não citam de maneira clara tecnologias que podem ser utilizadas para o seu desenvolvimento.

O roteiro de comidas e bebidas regionais apresentado neste trabalho foi elaborado a partir da combinação de produções existentes em diferentes localidades, com o intuito de desenvolver o circuito – e não a produção ou o município isoladamente - enquanto relação de associação, articulação e cooperação entre as produções.

Procurou-se apresentar uma ferramenta que contribui no planejamento e gestão do turismo, como o SIG. Mais especificamente, apresentou-se um produto turístico que poderá ser oferecido aos turistas, gerando renda aos produtores presentes no roteiro ou ainda, comercializado enquanto roteiro, como produto do CTCSM.

A articulação das diversas produções e a descrição dessas produções na forma de roteiro turístico cumprem os objetivos específicos. Cumpre-se, conforme indica o conceito de roteiros turísticos, a caracterização de elementos que lhe conferem identidade ao conjuntificar as comidas e bebidas presentes na região e que traduzem a história e os costumes regionais.

Atende também o estabelecido no conceito, sobre sua finalidade de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística já que a utilização do SIG bem como a proposição de um procedimento de elaboração de roteiros permitirão aos gestores tomar decisões baseadas em informações estruturadas.

O delineamento do procedimento poderá ser usado como referência para a construção de diversos roteiros turísticos a partir da definição de diferentes critérios e temas para sua composição.

Dentre os passos apresentados pelos manuais, este trabalho visa detalhar o passo 01 proposto pela CREATO (2005), descrito no quadro 02, no item 2.3: a combinação das atividades disponíveis. A contribuição desta pesquisa visa propor um procedimento que oriente na combinação das atividades identificadas. A tabela 4 sintetiza o procedimento proposto:

Tabela 4: Procedimento para elaboração de roteiro turístico

1. Levantamento dos atrativos principais que representam o tema do roteiro turístico
2. Levantamento dos atrativos secundários que poderão complementar o roteiro turístico
3. Organização dos dados através do georreferenciamento
4. Definição de critérios para combinação dos atrativos
5. Utilização de instrumento tecnológico para realização da combinação dos atrativos
6. Definição de quais atrativos comporão o roteiro (principais e secundários)
7. Descrição dos atrativos do roteiro, evidenciando a experiência histórica e sensitiva
8. Divulgação do roteiro

Fonte: elaborada pela autora

O procedimento se inicia com o levantamento dos atrativos que irão compor a temática do roteiro turístico. O levantamento pode ser feito a partir de documentos existentes nas prefeituras, secretarias de turismo e cultura, agências de turismo, páginas sobre turismo e atrativos turísticos ou ainda, através da pesquisa de campo, fazendo uso de instrumento de coleta que permita o levantamento das características relevantes aos atrativos turísticos.

Os roteiros turísticos temáticos são percursos que contam com um elemento comum (SILVA & NOVO, 2010). Portanto, a partir do levantamento dos atrativos, é preciso definir quais atrativos irão compor o tema do roteiro, a partir da oferta – ou seja, dos atrativos existentes – ou da demanda – ou seja, dos atrativos que atendem aos interesses do perfil do turista que frequenta a região. Das potencialidades e atratividades levantadas pelo CTCSM, esta pesquisa escolheu as comidas e bebidas produzidas na região como temática para a roteirização, a partir da oferta presente na região.

Conforme apontamentos de Tavares (2002), um roteiro não é somente uma sequência de atrativos a serem visitados, mas também uma importante ferramenta para a leitura da realidade sociocultural, devendo ser coerente em relação à história da localidade. A comida mineira é conhecida nacionalmente e tem forte apelo turístico. Entendeu-se que, dentre os potenciais levantados, as comidas e bebidas permitiam essa leitura da realidade sociocultural, podendo ser uma possibilidade de formação da identidade do circuito.

O levantamento de atrativos secundários complementa o roteiro, incrementando-o enquanto produto turístico, tornando a região mais competitiva. Poucos atrativos turísticos podem não ser suficientes para atrair turistas a uma determinada região ou município ou, se o são, não possuem capacidade de retê-los por um período prolongado, o que pode atenuar os efeitos multiplicadores da atividade turística (DANTAS & MELO, 2011).

A organização do levantamento dos atrativos é uma forma de identificar quais pontos comporão o tema principal e quais poderão compor o roteiro enquanto complemento das atrações. O levantamento deve ser organizado de modo que as informações coletadas possam permitir escolhas e decisões relevantes na elaboração do roteiro turístico. Na coleta e organização dos dados, é fundamental o levantamento das coordenadas geográficas dos atrativos, haja vista que a localização e a análise de percurso somente são possíveis a partir dessas informações.

Apesar dos atrativos e das atividades turísticas já existirem e funcionarem individualmente dentro do CTCSM, não há ligação entre eles, seja por familiaridade temática, seja por associação em rede ou outro tipo de relação. A combinação de atributos históricos, culturais, gastronômicos e geográficos apresenta-se como uma importante estratégia para o desenvolvimento e promoção do turismo em uma região (TAVARES, 2002).

É possível combinar os atrativos principais, que neste trabalho são as comidas e bebidas, com outros atrativos presentes, como atrativos naturais e culturais, festas, eventos, de lojas e feiras de artesanato, etc. Neste trabalho, fez-se uso dos atrativos naturais e culturais para somar às comidas e bebidas. Ou seja, tendo como foco primeiro os atrativos que fazem parte do tema do roteiro, mas podendo ser complementado com outros atrativos próximos.

Os critérios podem ser a determinação de um valor turístico conforme sua história, beleza, facilidade de acesso, imponência, etc. Pode ainda ser por quantidade de atrativos próximos ao atrativo principal. Neste trabalho, usou-se o critério de quantidade de produções de comidas e bebidas que, somados aos atrativos naturais e culturais, eram acessíveis a partir de um determinado ponto – as sedes dos municípios que compõem o CTCSM.

A combinação desses atrativos e atividades pode contribuir na sua comercialização como produto turístico, pois os turistas têm interesses em diversos aspectos da localidade visitada. A articulação dos atrativos atende ao primeiro objetivo específico proposto nesta pesquisa. O uso de um instrumento tecnológico permite análises mais precisas e em menor tempo. Esta pesquisa utilizou-se do SIG, que permitiu a realização da análise de rede e a definição do ponto que possibilitasse o acesso ao maior número de atrativos em intervalos de

tempo de 30 e 60 minutos. O software permite a análise a partir dos critérios estabelecidos, oferecendo resultados com combinações diversas.

Os critérios de combinação são impreteríveis para a realização das análises pelo SIG. A partir da definição dos critérios e dos resultados obtidos com a análise, outras decisões precisam ser tomadas. Vários roteiros podem ser elaborados e faz-se necessário selecionar quais pontos compõem cada roteiro. A tradição das produções de comidas e bebidas foi o critério de seleção das produções que compuseram o roteiro temático. A partir das informações coletadas é possível realizar seleções diversas, a critério dos gestores, seja a partir da demanda ou a partir da oferta.

Os pontos selecionados precisam ser descritos, enquanto experiência sensitiva. O uso de imagens do produto e do local, incluindo a paisagem que circunda, pode colaborar na transmissão das sensações que envolvem a visita aos pontos do roteiro. A descrição sensitiva tem suas limitações, pois partirá sempre do ponto de vista de quem experimentou e descreveu a experiência. A união da descrição com as imagens tem por pretensão transmitir a experiência a ser vivida pelo turista. A descrição dos atrativos presentes no roteiro turístico atende ao segundo objetivo específico proposto nesta pesquisa.

Com a apresentação do procedimento, pretende-se melhorar o nível de informação oferecido sobre o produto, atendendo à orientação da CREATO (2005), em seu passo 08 - informação: nível de informação oferecido sobre o produto (roteiro). A divulgação do roteiro poderá ser realizada na página do CTCSSM, nas mídias sociais, em páginas sobre divulgação de viagens e turismo, na composição de guias de divulgação da região, a serem distribuídos em hospedarias e restaurantes. O mapa com o roteiro poderá ser incluído nas principais páginas de divulgação de viagens.

A utilização da tecnologia como instrumento de identificação, organização, articulação e descrição dos atrativos turísticos mostrou-se eficaz na proposição de procedimento para fomento do turismo, pela relevância do roteiro temático como produto turístico, aumentando o tempo de permanência do turista na região, com maiores gastos na economia local, sendo uma via para a promoção do desenvolvimento (EMMENDOERFER *et al.*, 2007).

A partir das leituras, das conversas com os gestores do CTCSSM e da análise dos documentos, definiu-se pelo fomento às produções de comidas e bebidas na forma de roteiro turístico enquanto estratégia de desenvolvimento regional.

6. Considerações finais

Um roteiro turístico não deve ser visto apenas como um itinerário, mas como um instrumento de divulgação de elementos culturais, sensitivos e simbólicos. Um roteiro turístico de comidas e bebidas é um produto enquanto experiência degustativa, mas é também a experiência da convivência e do jeito de ser daquele lugar. A simplicidade são características do jeito de viver do interior de Minas Gerais e sua presença garante a vivência de uma experiência genuína.

A organização das produções de comidas e bebidas e dos atrativos naturais e culturais pode contribuir na formação da identidade do CTCSM, a partir da oferta dos atrativos. Isso feito é possível trabalhar o perfil do turista que se identifica com a vida do interior, com resgate a partir de um elemento subjetivo.

Antes de sua implantação e divulgação, é fundamental, seguindo os preceitos da equidade, que os produtores sejam consultados sobre o interesse em participar, deixando claro os benefícios e os riscos de se fazer parte do roteiro, como, por exemplo, a incapacidade de atender a demanda.

Ao fazer uso dos documentos elaborados pelo CTCSM e o guia turístico de Itajubá, percebeu-se os seus limites como a desatualização dos dados, já que a pesquisa foi realizada entre os anos de 2012 e 2014. Além disso, tendo sido o levantamento de dados realizado por terceiros também se apresenta como um limite já que a pesquisadora deste trabalho não acompanhou a elaboração e aplicação do instrumento de coleta.

Contudo, compreende-se que essas fragilidades não acarretam perdas relevantes já que é praxe nas pesquisas fazer uso de documentos elaborados por Institutos de Pesquisa com intervalos maiores que o presente neste trabalho. Quanto ao instrumento de coleta, o CTCSM fez uso das orientações elaboradas pelo Ministério do Turismo, que desenvolveu uma ferramenta metodológica baseada em princípios de planejamento e experiências exitosas na área, o que minimiza as suas deficiências.

Futuros trabalhos poderão abordar os temas sobre o resgate do conhecimento do saberes e fazeres e a abordagem de capital social fazendo a contextualização de território e a necessidade das organizações de base para criação desse capital social, versando, juntamente sobre a gestão do conhecimento. Identificar as convergências e divergências das diferentes formas de compreender sobre “o conhecimento”, sem hierarquizar ou meritar sobre as diferentes visões, mas extraíndo de cada um deles os aspectos que visem respeitar o conhecimento enquanto saber e sua preservação.

Um caminho para a valorização dos produtos regionais é a busca pelo selo de Denominação de Origem, que associa as características dos produtos às singularidades naturais, culturais, organizacionais e tecnológicas do território. As condições de clima e solo conferem atributos intrínsecos ao produto nela originado. Pesquisadores interessados nesta temática poderão ter a região do CTCMSM como área de estudo, investigando as possibilidades de certificação de produtos tradicionais na região como oriundos, por exemplo, do marmelo, do pinhão, do azeite e do milho, produtos agrícolas muito presentes na região. Algo nesse sentido está já está sendo realizado com a banana, presente principalmente na região de Pedralva.

Com base nas discussões do desenvolvimento, atrelando-as com o turismo e as propostas de otimização das produções de comidas e bebidas pretendeu-se fortalecer os posicionamentos teóricos e conceituais que visem questionar o conceito de desenvolvimento meramente econômico para se pensar o êxito de ações interligadas entre municípios, que ampliem a comercialização de produtos associados ao turismo, com o potencial de resgates dos saberes e da cultura local.

Nesse quadro, passa a pensar as tecnologias como instrumentos contributivos para as questões socioambientais e à sustentabilidade das pessoas, lugares e grupos, compreendendo-a – a tecnologia - como importante instrumento de desenvolvimento enquanto técnica que colabora para reescrever o quadro social observado, incorporando o sujeito autônomo. Considera ainda a responsabilidade e consequências de seu uso, para que e para quem estão sendo desenvolvidas. As tecnologias utilizadas nesta pesquisa são pilares de apoio para auxiliar nas respostas formuladas.

A produção associada ao turismo deve ser pensada como recurso de identificação e valorização da cultura e dos saberes tradicionais e não como criação de produtos apenas para atender ao interesse do turista sem que este represente a sua identidade, descontextualizados e que em nada se relacionem com as características do local visitado.

Se assim acontecer, a experiência do turista se resumirá no deslocamento e não mais a vivência de novas experiências o que tornará a atividade turística com vistas apenas à exploração e ao lucro, transformando-a em uma experiência vazia e sem sentido. Se não houver o fomento às regionalidades, as localidades se tornarão iguais, se homogeneizarão, tomadas por atividades descontextualizadas e padronizadas que não permitirão uma experimentação singular.

A versão final desta pesquisa juntamente com as bases de dados desenvolvidas neste trabalho serão entregues aos gestores do CTCSM em Assembleia agendada para o dia 23 de fevereiro de 2017.

Este trabalho compreende suas limitações e não tem a pretensão de escapar à visão economicista, as quais são abordadas na temática do turismo e dos roteiros turísticos. Mas ousa-se instigar discussões e novas reflexões para composição de um novo campo epistemológico sobre os roteiros e os elementos que os compõem, suplantando a visão comercial e apresentando a relevância sociocultural, que deve ser colocada de forma equânime, ou seja, com o mesmo peso que a sua importância econômica. A equanimidade deve ocorrer de fato e não apenas nos textos publicitários de divulgação, quando se pretende vender um turismo realizado de maneira sustentável.

7. Referências Bibliográficas

- AHMADI, M. ASGARI, S. GHANAVATI, E. Land capability evaluation for Ecotourism development in Ilam province, a GIS approach. **Boletim de Ciências Geodésias**, v. 21, n. 1, p. 107-125, 2015. Acesso em 05 jul. 2016.
- ALBERTIN, A. L. Benefício do Uso de Tecnologia de Informação no Desempenho Empresarial. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 2, p. 275-302, 2008. Acesso em 17 abr. 2015.
- ANGELONI, M. T. **Elementos intervenientes na tomada de decisão**. Revista Ciência da Informação, v. 32, n. 1, p. 17-22, 2003. Acesso em 17 abr. 2015.
- ARRETICHE, M. T. S. Mitos da descentralização: mais democracia e eficiência nas políticas públicas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 31, p. 44-66, 1996. Acesso em 04 jul. 2016.
- ARRIGHI, G. **A Ilusão do Desenvolvimento**. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- ASSIS, N. S. M. **A política de regionalização do turismo de Minas Gerais: um estudo de caso do Circuito Turístico Caminhos do Sul de Minas**. 2014. Monografia (Graduação em Turismo) – Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.
- AVELAR, E. **Territórios Gastronômicos**. < <http://territoriosgastronomicos.com.br>>, acesso em 16 jul. 2016.
- BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BALDWIN, C. Y. Debate: What is the future of banking? **Harvard Business Review**, v. 68, n. 4, p. 144-161, 1991.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 10 ed. São Paulo: SENAC, 2001.
- BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- BERALDI, L. C. Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. **Revista Ciência da Informação**, v. 29, n. 1, p. 46-50, 2000. Acesso em 08 abr. 2015.
- BESSA, I. SANTOS, C. GOUVEIA, H. LOURENÇO, J. Contribuição dos sistemas de informação geográfica para o estabelecimento de uma rede de mobilidade sustentável na rede de Aldeias Vinhateiras do Douro. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, n. 5, Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território p. 5-40, 2014. Acesso em 07 jul. 2016.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: institucionalização de instância de governança regional - roteiros do Brasil**. Brasília, DF, 2004.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 3**. Institucionalização da Instância de Governança Regional. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7**. Roteirização Turística. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

- BRASIL. Ministério do Turismo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Associação de Cultura Gerais. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.
- BRIEDENHANN, J. WICKENS, E. Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas – Vibrant Hope or Impossible Dream? **Tourism Management**, I, 25: 71-79, 2004.
- BOLSON, J. H. G. Circuitos Turísticos de Minas Gerais - Modelo de Regionalização. **Revista Turismo**, ago. 2004. Acesso em jul. 2016.
- BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento municipal e local sustentável**. 2 ed. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 1999.
- BURROUGH, P. A. **Principles of geography information systems for land resources assessment**. Oxford, UK: Clarendon Press, 1998.
- CHIAS, J. **Turismo, o Negócio da Felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades**. São Paulo: SENAC, 2007.
- CISNE, R. N. C. GASTAL, S. **A produção acadêmica sobre Roteiro Turístico: um debate pela superação**. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação de Turismo (ANPTUR). São Paulo, 2009. Acesso em 07 jul. 2016.
- CLERICUZI, A. Z. ALMEIDA A. T. COSTA, A. P. C. S. Aspectos relevantes dos SAD nas organizações: um estudo exploratório. **Revista Produção**, v. 16, n. 1, p. 8-23, 2006. Acesso em 07 jun. 2015.
- CREATO. **Manual Técnico de Desenvolvimento e Operação de Produtos e Roteiros Turísticos**. 10 ed. Belo Horizonte: CREATO oficina de roteiros, 2005. Acesso em 16 jul 2016.
- CUNHA, S. K. & CUNHA, J. C. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida de impacto do Turismo no desenvolvimento local. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 2. n. 9, p. 110-124, 2005. Acesso em 03 jan. 2016.
- DANTAS, N. G. MELO, R. S. Análise da metodologia de hierarquização de atrativos turísticos como instrumento para elaboração de roteiros turísticos no município de Itabaiana (PB). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 11, p. 147-163, abr. 2011. Acesso em 15 mai. 2015.
- DAVIS, C. CÂMARA, G. **Arquitetura de sistemas de informação geográfica**. São José dos Campos, SP: INPE, 2001. Acesso em 17 nov. 2015.
- DAVENPORT, T. H. **A Ecologia da Informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998. Acesso em 14 jun. 2015.
- DÍAZ, M. F. STERQUEL, R. F. SEPÚLVEDA, J. N. Evaluación de la aptitud territorial para el turismo de naturaleza y rural. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 22, n. 1, p. 120-137, Buenos Aires, Argentina, 2013.
- DOWBOR, L. **A Reprodução Social: propostas para uma gestão descentralizada**. São Paulo: Vozes, 1998.
- DUQUE, R. C. MENDES, C. L. **O planejamento turístico e a cartografia**. Campinas, SP: Alínea, 2006.

- EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. **Retratos de uma caminhada: PNMT 8 anos**. Brasília: EMBRATUR, 2002.
- EMMENDOERFER, L. SILVA, L. F. T. B. EMMENDOERFER, M. L. COLAÇO, P. A. Formação dos Circuitos Turísticos Mineiros: Uma Política Pública Descentralizada e Democratizante?. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 2, n. 4, p. 1- 18. dez. 2007.
- FARSARI, Y. PRASTACOS, P. Aplicações GIS no planejamento e gestão do turismo, In: LEW, Alan *et al.*: **Compêndio de Turismo**, Instituto Piaget, Lisboa, 659-671, 2007.
- FERNANDES, M. C; MENEZES, P. M. L.; SILVA, M. V. L. C. Cartografia e Turismo: Discussão de Conceitos Aplicados às Necessidades da Cartografia Turística. **Revista Brasileira de Cartografia**, v. 1, n. 60, p. 1-8, 2008. Acesso em mai. 2015.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Apostila. Fortaleza: UEC, 2002.
- GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- GIMENES, M. H. S. G. Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. **Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL**, p. 1-15, 2006. Acesso em 07 set. 2015.
- GONÇALVES, L. M.; RIBEIRO, R. M. **Rota e roteiro: desafios para uma nova conceituação**. **Anais do IX Fórum Internacional de Turismo do Iguassu**, p. 1-17, 2015. Acesso em mar. 2016.
- GUATTARI, F. A Restauração das Cidades Subjetivas. In **Caosmose: um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 1992, p. 169-178.
- GUTIERREZ, G. L. **Gestão comunicativa: maximizando criatividade e racionalidade, uma política de recursos humanos a partir da teoria de Habermas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- GUZMÁN, T. J. L-G. CAÑIZARES, S. M. S. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 6, n. 2, p. 159-171, 2008. Acesso em 04 jul. 2016.
- HALL, S. **A identidade cultura na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HORLINGS, I; MARSDEN, T. Rumo ao desenvolvimento espacial sustentável? Explorando as implicações da nova bioeconomia no setor agroalimentar e na inovação regional. **Sociologias**, v. 13, n. 27, p. 142-178, 2011. Acesso em 14 out. 2014.
- IBGE. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009**. Rio de Janeiro: Coordenação de Contas Nacionais, 2012. Acesso em 18 abr. 2015.
- IPEA. **Brasil em Desenvolvimento: Estado, planejamento e políticas públicas**. Brasília, 2010.
- KRUCKEN, L. **Design e Território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, 2009.
- JACOBI, P. R. **Políticas sociais e ampliação da cidadania**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

- LADWIG, N. I. O Sistema de informação geográfica para o planejamento e a gestão sustentável do turismo. **Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental**, v. 1, n.1, p. 19-32, 2012. Acesso em 16 jun. 2015.
- LAUDON, K.; LAUDON, J. **Sistemas de Informação Gerenciais**. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2011.
- LENGLET, F.; VIDAL, A. L. Turismo e desenvolvimento local sustentável: elementos para um debate. **Revista Eletrônica Notícias Delnet**, n. 24, 2004. Acesso em 10 mar. 2015.
- LONGENECKER, J. G. MOORE, C. W. PETTY, J. W. PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. Trad. Oxbridge Centro de Idiomas. Revisão de Álvaro Mello, Carlos Tasso Lira de Aquino e Raul Ribas. São Paulo: Thomson, 2007.
- MASCARENHAS, R. G. T. GÂNDARA, J. M. G. O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos. **Revista de Cultura e Turismo**, ano 9, n. 1, p. 60-83, 2014. Acesso em 04 jul. 2016.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, Compacta. 2009.
- MIGUENS, C. H. CYRILLO, M. W. Influência da Cultura Italiana na Culinária Ofertada no Roteiro Turístico “Caminhos de Pedra” em Bento Gonçalves – RS. Mesa de Tendências 2011 do Congresso Internacional de Gastronomia de São Paulo. São Paulo: 2011.
- MINAS GERAIS. 2003. **Decreto n. 43.321 de 08 de maio de 2003**. Dispõe sobre o reconhecimento dos Circuitos Turísticos e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/minasgerais2.html>>. Acesso em 07 jun. 2016.
- MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais. Superintendência de Políticas de Turismo. Diretoria de Pesquisa, Informação e Estatística. **Pesquisa de demanda**. Belo Horizonte: Secretaria do Estado de Turismo de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.turismo.mg.gov.br/images/stories/dados_turismo_mineiro/pesquisa-de-demanda-mg-2011-visitantes-divulgacao.pdf>. Acesso em 08 abr. 2016.
- MONTEJANO, J. M. **Estructura del mercado turístico**. Madri: Editorial Síntesis, 1991.
- MORAES, G. D. A. TERENCE, A. C. F.; FILHO, E. E. A Tecnologia da Informação como Suporte à Gestão Estratégica da Informação na Pequena Empresa. **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação**, v. 1, n. 1, p. 27-43, 2004. Acesso em 17 jul. 2015.
- NÓBREGA, W. R. M. FIGUEIREDO, S. J. L. BEZERRA, G. A. ALCÂNTARA, I. S. Roteiros (Eco) Turísticos em áreas protegidas da Amazônia: aplicação do Sistema de Informação Geográfica (SIG) na APA Algodão/Maiandeuá, Pará, Brasil. **Revista Geográfica de América Central**, número especial, p. 1-17, Costa Rica, 2011. Acesso em 07 de jul. 2016.
- OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Sistemas de informações gerenciais**. 5ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- OLIVEIRA, G.; LIMA, J. E. S. Elementos endógenos do Desenvolvimento Regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de Desenvolvimento Sustentável. **Revista da FAE**, v. 6, n. 2, p. 29-37, 2003. Acesso em 17 jul. 2015.
- OLIVEIRA, L. S. KATO, H. C. A. Considerações sobre o Turismo Gastronômico na Amazônia: o caso do roteiro gastronômico Expedição Amazônia no estado do Pará. **Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo**, v. 4, n. 4, p. 121-138, 2015. Acesso em 04 jul. 2016.

O'BRIEN, J. A. **Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OSÓRIO, B. M. S. **Aplicação dos Sistemas de Informação Geográfica ao turismo na natureza**: concepção de percursos pedestres para o Concelho de Lamego. 2010. 91 f. Dissertação (Mestrado em Sistema de Informação Geográfica e Modelação Territorial Aplicados ao Ordenamento) – Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2010.

PIMENTA, C. A. M. Tendências do desenvolvimento: elementos para reflexão sobre as dimensões sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3 (número especial), p. 44-66, 2014. Acesso em 07 jun. 2014.

PIMENTA, C. A. M.; MELLO, A. S. Entre Doces, Palhas e Fibras: experiências populares de geração de renda em cidades de pequeno porte no Sul de Minas Gerais. In: **Estudos de Sociologia** (Recife), v. 1, n. 20, pp. [1]-[18], 2014. Acesso em 10 mai. 2016.

PITASSI, C. LEITÃO, S. P. **Tecnologia da Informação e Mudança**: uma abordagem crítica. *Revista de Administração de Empresas*, v. 42, n. 2, p. 77-87, 2002. Acesso em abr. 2015.

POLIDORO, M. BARROS, M. V. F. Proposta Metodológica de Desenvolvimento de Sistema de Informações Geográficas em ambiente WebGIS aplicado ao Turismo. **Revista Eletrônica de Recursos em Internet sobre geografia Y Ciencias Sociales**, n. 133, 2010. Acesso em 14 dez. 2015.

RABAHY, W. A. **Turismo e Desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. Barueri, SP: Manole, 2003.

RÁMON MORTE, A. Sistemas de Información Geográfica en la actividad turística. **Jornada de “Nuevas tecnologías aplicadas al turismo”**. Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Valencia, 1997.

RAMOS, C. M. Q. Sistemas de Informação para a Gestão Turística. **Revista Encontros Científicos**, n. 6, p. 107-116, 2010. Acesso em 16 set. 2015.

REJOWSKI, M. Produção Científica em Turismo: análise de estudos referenciais no exterior e no Brasil. *Turismo em Análise*, v. 21, n. 2, p. 224-246, 2010. Acesso em 27 jan. 2015.

REZENDE, Y. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. **Revista Ciência da Informação**, v. 31, n.1, p. 75-83, 2002. Acesso em 07 set. 2015.

ROLDAN, F.; MIYAKE, D. I. Mudanças de *forecast* na indústria: Iniciativas para a estruturação dos processos de tomada de decisão e processamento da informação. **Gestão & Produção**, v. 11, n. 3, p.413-427, 2004. Acesso em 07 set. 2015.

ROSSETTI, A. G., MORALES, A. B. T. O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento. **Revista Ciência da Informação**, v. 36, n. 1, p. 124-135, 2007. Acesso em 15 abr. 2015.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a proteção do meio ambiente. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 2001.

SACHS, I. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

- SACHS, I. De volta à mão invisível: os desafios da Segunda Cúpula da Terra no Rio de Janeiro. **Estudos Avançados**, v. 26, n. 74, p. 7-19, 2012. Acesso em 12 out. 2013.
- SANTOS, A. A. **A importância do circuito turístico para o fomento da economia e da preservação ambiental - caso São Roque de Minas, MG**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras. 2004
- SANTOS, C. A. J. Planejamento Territorial e SIG: ferramentas para elaboração de roteiros turísticos culturais autoguiados na cidade de São Cristóvão – Sergipe. In: Congresso Iberoamericano de Estudios Territoriales y Ambientales, n. 6, 2014, São Paulo, Anais, São Paulo, p. 3355-3372. Acesso em 07 jul. 2016.
- SCHIAVINATTO, M. **Desenvolvimento Territorial: inovação ou imposição? Um olhar sobre as abordagens territoriais do desenvolvimento rural na América Latina**. Tese de Doutorado. Brasília, Universidade de Brasília – UnB / Centro de Desenvolvimento Sustentável – CDS, 2013.
- SCHLÜTER, R. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- SEABRA, G. F. **Ecos do Turismo: o ecológico em áreas protegidas**. Campinas, SP: Editora Papirus, 2001 - (Coleção Turismo).
- SEBRAE. Resposta Técnica: Roteiros de Turismo. Agosto de 2014.
- SEBRAE. Disseminação de conhecimento no Setor de Turismo. Rede de Cooperação Técnica para Roteirização. Brasília: SEBRAE, 2007.
- SILVA, G. T. NOVO, C. B. M. C. **Roteiro Turístico**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. Acesso em 02 abr. 2016.
- SILVA, J. P. JESUS, P. FONSECA, J. M. Turismo, economia solidária e inclusão social em Porto de Galinhas, PE. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 11, n. 3, p. 325-340, 2011. Acesso em 18 jun. 2015.
- SILVA, K. V. SILVA, M. H. **Dicionário de Conceitos Históricos**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.
- SILVEIRA, M. A. T. Planejamento Territorial e dinâmico local: bases para o turismo sustentável. **Turismo e desenvolvimento local**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- SIMON, H. A. **The new science of management decision**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.
- SPRAGUE, R. H.; CARLSON, E. D. **Building Effective Decision Support Systems**. New York, USA: Prentice Hall, 1982.
- SOARES, C. **Turismo e Integridade Ambiental: realidades e conflitos na paisagem litorânea**. São Paulo: SENAC RJ, 2011.
- SOUZA, C. M., OLIVEIRA, E. A. A. Q. e CARNIELLO, M. F. **Estudos de Gestão e Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Oficina de livros, 2008.
- SOUZA, M. J. L. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local. In RODRIGUES, A. B. (Org.) **Turismo e desenvolvimento local**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico**. 5ª ed. São Paulo, Atlas, 2005.
- STAIR, R.; REYNOLDS G. W. **Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial**. 6 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

- TAVARES, A. M. **City-tour**. São Paulo: Aleph, 2002.
- TEIXEIRA, A. VICENTIM, F. M. AGUIAR, V. Circuitos turísticos e sua importância para o turismo no espaço rural brasileiro. Anais do VII Congresso Latino Americano de Sociologia Rural, Ecuador, Quito, 2006.
- TRIGO, L. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 7 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2003.
- TURBAN, E.; McLEAN, E.; WETHERBE, J. **Tecnologia da Informação para Gestão**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- VARGAS, H.; CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em Centros Urbanos**. Barueri, SP: Manole, 2006.
- VEIGA, T. C. SILVA, J. X. Geoprocessamento como ferramenta para a tomada de decisão a nível municipal: identificação de áreas com potencial para atividades turísticas em Macaé-RJ. **Anais do XXI Congresso Brasileiro de Cartografia**, p. 1-10, 2001. Acesso em 03 mar. 2015.
- ZAPPELLINI, M. B. FEUERSCHÜTTE, S. G. O uso da triangulação na pesquisa científica brasileira em administração. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 16, n. 2, p. 241-273, 2015. Acesso em 05 de janeiro de 2017.
- ZUIN, L. F. S. ZUIN, P. B. **Extensão Rural: produção de alimentos tradicionais**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2008.

ANEXO I

Diagnóstico da Produção de Comidas e Bebidas Típicas

DADOS PESSOAIS			
1. NOME:			
2. SEXO: () F () M	3. DT. NASC:	4. ESTADO CIVIL:	
5. NATURALIDADE:		6. NACIONALIDADE:	
7. CPF:	8. RG:	9. ÓRGÃO EMISSOR:	
10. TEL. / CEL:		11. FAX:	
12. ENDEREÇO:			
13. BAIRRO:	14. MUN.:	15. UF:	16. CEP:
17. POSSUI E-MAIL:			() NÃO
18. POSSUI HOMEPAGE:			() NÃO
19. REGISTRO DE PRODUTOR:			() NÃO
20. ÓRGÃO EMISSOR:		21. DT. EXPEDIÇÃO:	
22. ESCOLARIDADE DO ARTESÃO (COMPLETA): <input type="checkbox"/> Não alfabetizado <input type="checkbox"/> Alfabetizado <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Mestrado <input type="checkbox"/> Doutorado			

FIGURA JURÍDICA:			
() Associação () Cooperativa () Empresa () Empreendedor Individual () Informal *			
• Se for informal não preencher os demais campos. Ir para página seguinte.			
2. RAZÃO SOCIAL:		3. CNPJ:	
4. NOME FANTASIA:			
5. ENDEREÇO:			
6. BAIRRO:	7. MUN.:	8. UF:	9. CEP:
10. POSSUI E-MAIL:			() NÃO
11. POSSUI HOMEPAGE:			() NÃO
12. TELEFONE / CEL:		13. FAX:	
14. POSSUI MARCA REGISTRADA? (RU) <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não			
15. O RÓTULO ATENDE EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO? (RU) <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não			

CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO / PRODUTOR:	
RU: Resposta Única	RM: Resposta Múltipla
<input type="checkbox"/> COMIDA	<input type="checkbox"/> BEBIDA
<p>1. POR QUE VOCÊ INGRESSOU NA ATIVIDADE? (RM)</p> <input type="checkbox"/> Falta outra opção de renda <input type="checkbox"/> Aprendi com minha família e sigo a tradição <input type="checkbox"/> Busca por ocupação do tempo <input type="checkbox"/> Considera uma atividade potencial e lucrativa Outros:	
<p>2. HÁ QUANTO TEMPO EXERCE A ATIVIDADE?</p>	
<p>3. QUE COMIDA / OU BEBIDA / TÍPICA ELABORA? (RM) <input type="checkbox"/> Doce <input type="checkbox"/></p> Compota <input type="checkbox"/> Tira gosto <input type="checkbox"/> Comida de boteco <input type="checkbox"/> Pães e bolos <input type="checkbox"/> Licor <input type="checkbox"/> Cachaça <input type="checkbox"/> Quitandas / Quitutes Outros:	
<p>4. QUAL O NOME DO PRODUTO?</p>	
<p>5. O PRATO (compota, doce ou outro) / OU BEBIDA / É ELABORADO A BASE DE?</p>	
<p>6. EXISTE VARIAÇÃO DE SABOR? (RU) <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não QUANTOS: QUAIS (Citar principais):</p>	
<p>7. A RECEITA (fórmula) QUE UTILIZA É? (RU)</p> <input type="checkbox"/> Resgate de tradição local <input type="checkbox"/> Inédita <input type="checkbox"/> Transferida por familiares Outros:	
<p>8. ONDE PRODUZ? (RM) <input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Em casa Outros: </p>	
<p>9. EM RELAÇÃO A SUA ORIGEM, VOCÊ? (RU)</p> <input type="checkbox"/> Nasceu e sempre viveu no Município <input type="checkbox"/> Nasceu e retornou ao Município após ausência <input type="checkbox"/> Nasceu em outro lugar mas mora na localidade há muito tempo <input type="checkbox"/> Morador recente Outros:	
<p>10. A ATIVIDADE É RENDA? (RU) <input type="checkbox"/> Única <input type="checkbox"/> Complementar</p>	
<p>11. COMO VOCÊ DIVULGA O PRODUTO? (RM) <input type="checkbox"/> Venda pessoal <input type="checkbox"/></p> Internet <input type="checkbox"/> Mala direta, catálogo, folhetos <input type="checkbox"/> Telemarketing <input type="checkbox"/> Propaganda Rádio <input type="checkbox"/> Prop. TV <input type="checkbox"/> Prop jornal ou revistas <input type="checkbox"/> Mídia espontânea Outros:	
<p>12. CANAL DE DISTRIBUIÇÃO DO PRODUTO (RM)?</p> <input type="checkbox"/> Representantes comerciais <input type="checkbox"/> Atacadistas <input type="checkbox"/> Distribuidores <input type="checkbox"/> Varejistas <input type="checkbox"/> Atravessadores <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Feiras e Eventos <input type="checkbox"/> Porta em porta Outro:	

ANEXO II

Inventário da Oferta Turística

CABEÇALHO	
UF	REGIÃO TURÍSTICA
MUNICÍPIO	
DISTRITO	
TIPO	SUBTIPO

IDENTIFICAÇÃO	
1- DESCRIÇÕES DO ATRATIVO	
1.1 NOME OFICIAL:	
1.2 NOME POPULAR:	
1.3 NOME DA ORGANIZAÇÃO MANTENEDORA/GESTORA:	
1.4 CNPJ:	
1.5 TELEFONE/FAX:	
1.6 SITE:	
1.7 E-MAIL:	
2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA	
2.1 ENDEREÇO:	
2.2 PONTO DE REFERÊNCIA:	
2.3 LOCALIZAÇÃO	
2.3.1 URBANA	2.3.2 RURURBANA
	2.3.3 RURAL
2.4 LATITUDE:	
	2.5 LONGITUDE:
3 – LOCALIDADE MAIS PRÓXIMA DO ATRATIVO	

- 3.1 NOME DA LOCALIDADE:
- 3.2 DISTÂNCIA DA LOCALIDADE MAIS PRÓXIMA (Km):
- 3.3 DISTÂNCIA DO PONTO ZERO DO MUNICÍPIO (Km):

ACESSO/MICROACESSIBILIDADE

4- SINALIZAÇÃO

	BEM SINALIZADO	MAL SINALIZADO	NÃO SINALIZADO	ADAPTADO	NÃO ADAPTADO
4.1 SINALIZAÇÃO GERAL					
4.2 SINALIZAÇÃO TURÍSTICA					

5- MEIOS DE ACESSO

	BOM	REGULAR	RUIM
5.1 VIA TERRESTRE			
5.2 HIDROVIA MARITIMA			
5.3 HIDROVIA FLUVIAL/LACUSTRE			
5.4 FERROVIA			
5.5 AÉREO			
5.6 A PÉ			
5.7 CICLOVIA			
5.8 OUTROS (especificar)			

6- VIA TERRESTRE

	TOTALMENTE PAVIMENTADA		NÃO-PAVIMENTADA		PARCIALMENTE PAVIMENTADA	
6.1 URBANA						
6.2 RURAL						
6.3 PAVIMENTAÇÃO	ASFÁLTICA	CONCRETO	PARALELEPÍPEDO	SAIBRO	ASFALTO ECOLÓGICO	CHÃO BATIDO

7 – ACESSO MAIS UTILIZADO

7.1 ACESSO MAIS UTILIZADO:

7.2 ADAPTADO (especificar)?

7.3 GRAU DE UTILIZAÇÃO

7.3.1 – MUITO UTILIZADO 7.3.2 – REGULAR 7.3.3 – POUCO UTILIZADO

7.4 ATENDE ÀS NECESSIDADES ATUAIS?

7.5 PERMITE EXPANSÃO NO VOLUME DE VISITANTES?

7.6 TEMPO NECESSÁRIO PARA SE CHEGAR AO ATRATIVO PARTINDO DA LOCALIDADE MAIS PRÓXIMA:

7.7 DESCRIÇÕES DO ACESSO MAIS UTILIZADO:

8- TRANSPORTES PARA O ATRATIVO

8.1 TIPO DE TRANSPORTE I:

8.1.1 FREQUÊNCIA:

8.1.2 QUALIDADE

8.1.2.1 BOM 8.1.2.2 REGULAR 8.1.2.3 RUIM

8.1.3 ADAPTADO (especificar)?

8.2 TIPO DE TRANSPORTE II:

8.2.1 FREQUÊNCIA:

8.2.2 QUALIDADE

8.2.2.1 BOM 8.2.2.2 REGULAR 8.2.2.3 RUIM

8.2.3 ADAPTADO (especificar)?

8.3 TIPO DE TRANSPORTE III:

8.3.1 FREQUÊNCIA:

8.3.2 QUALIDADE

8.3.2.1 BOM 8.3.2.2 REGULAR 8.3.2.3 RUIM

8.3.3 ADAPTADO (especificar)?

8.4 OUTRAS INFORMAÇÕES:

PROTEÇÃO

9 – LEGISLAÇÕES DE PROTEÇÃO AO ATRATIVO

	FEDERAL	ESTADUAL	MUNICIPAL
--	---------	----------	-----------

9.1 LEI			
9.2 DECRETO			
9.3 NORMA DE RESTRIÇÃO			
10 – UNIDADES DE CONSERVAÇÃO			
10.1 – O ATRATIVO E OU ESTA LOCALIZADO EM UMA UNIDADE DE CONSERVAÇÃO?			
10.2 – DE QUE TIPO (em caso afirmativo)			
10.2.1 – UNIDADE DE PROTEÇÃO INTEGRAL 10.2.2 – UNIDADE DE USO SUSTENTÁVEL			
10.2.3 – PARQUE MUNICIPAL 10.2.4 – PARQUE ESTADUAL			
10.3 – QUAL É A CATEGORIA (no caso de unidade de proteção integral)			
10.3.1 – ESTAÇÃO ECOLÓGICA 10.3.2 – RESERVA BIOLÓGICA 10.3.3 – PARQUE NACIONAL			
10.3.4 – MONUMENTO NATURAL 10.3.5 – REFÚGIO DE VIDA SILVESTRE			

10 – UNIDADES DE CONSERVAÇÃO					
10.3 – QUAL É A CATEGORIA (no caso de unidade de uso sustentável)					
10.3.1 – ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL 10.3.2 – ÁREA DE RELEVANTE INTERESSE ECOLÓGICO					
10.3.3 – FLORESTA NACIONAL 10.3.4 – RESERVA EXTRATIVISTA 10.3.5 – RESERVA DE FAUNA					
10.3.6 – RESERVA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 10.3.7 – RESERVA PARTICULAR DO PATRIMÔNIO NATURAL					
11 – ESTADO DE CONSERVAÇÃO/PRESERVAÇÃO DO ATRATIVO					
CLASSE	MUITO BOM	BOM	REGULAR	RUIM	DETERIORADO
11.1 GERAL					
11.2 COBERTURA					
11.3 INTERIOR					
11.4 CONDIÇÃO HIGIÊNICA					
11.5 ESTRUTURA					
OBS: O local não possui área coberta					

FACILIDADES		
12 - ENTRADA DO ATRATIVO		
12.1 CENTRO DE RECEPÇÃO	12.2 POSTO DE INFORMAÇÕES	12.3 PORTARIA PRINCIPAL
12.4 GUARITA	12.5 OUTROS:	
12.6 ADAPTAÇÃO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA		

12.6.1 ADAPTADO		12.6.2 NÃO ADAPTADO		12.6.3 PARCIALMENTE ADAPTADO			
13 – VISITAÇÃO							
13.1 ÉPOCA	DE: janeiro			A: janeiro			
13.2 DIAS	<input type="checkbox"/> SEG	<input type="checkbox"/> TER	<input type="checkbox"/> QUA	<input type="checkbox"/> QUIN	<input type="checkbox"/> SEX	<input type="checkbox"/> SAB	<input type="checkbox"/> DOM
13.3 HORÁRIO	DE: livre			DE: livre			
13.4 VISITA GUIADA				<input type="checkbox"/> NÃO-GUIADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> AUTOGUIADA	<input type="checkbox"/>
13.5 DURAÇÃO MEDIA DA VISITA:							
13.6 GUIA DE VISITAÇÃO	<input type="checkbox"/> PAGA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> GRATUITA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.7 IDIOMAS DA GUIA:							
13.8 ENTRADA	<input type="checkbox"/> FRANCA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PAGA	<input type="checkbox"/>	VALOR (R\$)		
13.9 É NECESSARIO TER AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA O ACESSO? DE QUE TIPO?							
13.10 HA LIMITE QUANTO AO NUMERO DE VISITANTES? QUAL?							
14 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS NO ATRATIVO							
14.1 INFORMAÇÕES AO VISITANTE	<input type="checkbox"/>	INFORMAÇÕES EM BRAILLE	<input type="checkbox"/>	OUTRAS LÍNGUAS:			
14.2 INSTRUÇÕES DE ECOLOGIA/ECOTUR.	<input type="checkbox"/>	INFORMAÇÕES EM BRAILLE	<input type="checkbox"/>	OUTRAS LÍNGUAS:			
14.3 SINALIZAÇÃO	<input type="checkbox"/>	ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NÃO ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PARCIALM. ADAPT.	<input type="checkbox"/>
14.4 INSTALAÇÕES SANITÁRIAS	<input type="checkbox"/>	ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NÃO ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PARCIALM. ADAPT.	<input type="checkbox"/>
14.5 LAZER E ENTRETENIMENTO	<input type="checkbox"/>	ADAPTADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NÃO ADAPTADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PARCIALM. ADAPT.	<input type="checkbox"/>
14 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS NO ATRATIVO							
14.6 LOCAIS PARA ALIMENTAÇÃO	<input type="checkbox"/>	ADAPTADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NÃO ADAPTADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PARCIALM. ADAPT.	<input type="checkbox"/>
14.7 HOSPEDAGEM	<input type="checkbox"/>	ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NÃO ADAPTADA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> PARCIALM. ADAPT.	<input type="checkbox"/>
14.8 GUIA DE TURISMO/ MONITOR	<input type="checkbox"/>	PAGO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> GRATUITO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
14.9 LIMPEZA				14.10 COLETA SELETIVA			
14.11 CONDUTOR CAPACITADO PARA RECEBER PESSOAS COM DEFICIÊNCIA				14.12 ATIVIDADES COMERCIAIS			
15 – ATIVIDADES REALIZADAS NO ATRATIVO NATURAL							
15.1 – QUE ATIVIDADES SÃO REALIZADAS NO ATRATIVO?							

INFORMAÇÕES GERAIS

16 – ROTEIROS TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS

16.1 – INTEGRA ROTEIROS TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS?

16.2 - QUAIS?

16.3 – QUEM COMERCIALIZA?

17 – ORIGEM DOS VISITANTES

17.1 ORIGEM DA MAIOR PARTE DOS VISITANTES:

17.1.1 MUNICIPAL 17.1.2 ENTORNO REGIONAL 17.1.3 NACIONAL 17.1.4 INTERNACIONAL

17.2 PRINCIPAIS:

17.3 CITAR ORIGEM DOS TURISTAS INTERNACIONAIS QUE VISITAM A LOCALIDADE:

17.4 ÉPOCA DO MAIOR FLUXO DE VISITAÇÃO:

17.5 ÉPOCA DO MENOR FLUXO DE VISITAÇÃO:

17.6 NÚMERO ANUAL DE VISITANTES:

DESCRIÇÃO

18 – DESCRIÇÃO DO ATRATIVO

19 – OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES

20 – REFERÊNCIAS / DOCUMENTOS CONSULTADOS

EQUIPE RESPONSÁVEL