

ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO



O TURISMO CULTURAL NO BRASIL

PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTRO DO TURISMO

Walfrido dos Mares Guia

SECRETÁRIO EXECUTIVO

Márcio Favilla Lucca de Paula

SECRETÁRIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Maria Luisa Campos Machado Leal

SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO

Airton Nogueira Pereira Junior

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Pedro Gabriel Wendler

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES MULTILATERAIS

Fernanda Maciel Mamar Aragão Carneiro

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES SUL-AMERICANAS

Patric Krahl

GESTÃO TÉCNICA

Adriane Correia de Souza

Camila de Moraes Tiussu

Clarice Mosele

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS

Lucia Carvalho Pinto de Melo

Presidenta

Lélio Fellows Filho

Chefe da Assessoria Técnica

COORDENADORES RESPONSÁVEIS

Luciano Coutinho

Fernando Sarti

Universidade de Campinas - NEIT/UNICAMP

APRESENTAÇÃO

Nos últimos quatro anos, o turismo brasileiro vem respondendo aos desafios representados pelas metas do Plano Nacional do Turismo. Governo Federal, empresários, terceiro setor, estados e municípios trabalharam juntos para colocar em prática uma nova política para o turismo. Pela primeira vez na história, o turismo tornou-se prioridade de Governo, com resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País.

O Ministério do Turismo contabiliza muitas vitórias conquistadas: a ampliação da oferta de roteiros turísticos de qualidade; aumento dos desembarques nacionais; incremento no número de estrangeiros visitando o País; aumento dos investimentos diretos; elevação na entrada de divisas e geração de renda e empregos para os brasileiros.

No entanto, algumas reflexões se impõem sobre o futuro do turismo brasileiro. Um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo e as transformações da economia mundial trazem novas e desafiadoras exigências para todos, sem exceção. Dentre elas, a de que é necessário assegurar os interesses nacionais e um desenvolvimento sustentado e sustentável. Como fazer isso em longo prazo? E mais: qual o padrão de concorrência vigente no mercado internacional; qual estratégia o turismo brasileiro deve assumir para competir; qual o melhor modelo de desenvolvimento para o turismo no País; quais as oportunidades estão colocadas para as empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, que ameaças existem para elas nesse mercado? Finalmente, o desafio maior: como promover uma inserção ativa e competitiva do turismo brasileiro na economia mundial?

Buscando analisar esse cenário e encontrar respostas aos desafios que ele coloca, o Ministério do Turismo realizou um trabalho junto com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), que resultou neste rico material. Os Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial reúnem o trabalho de grandes especialistas de vários centros de pesquisa do Brasil.

Os Estudos foram idealizados com o objetivo de incentivar o debate sobre os rumos do turismo brasileiro, considerando seus principais aspectos e segmentos. O Brasil é aqui comparado com casos internacionais de sucesso para fazer face aos desafios que se põem: as novas tecnologias, as alianças estratégicas, fusões, aquisições e o processo de concentração, o fortalecimento e a internacionalização de nossas empresas, a sustentabilidade ambiental e a preservação das culturas locais.

O Ministério do Turismo convida todos os agentes do setor a uma ampla discussão para a construção coletiva e democrática de um futuro Programa de Competitividade Para o Turismo Brasileiro. As bases para este futuro sustentado estão aqui, nestes Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial para o Turismo.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

NOTA:

O presente documento é propriedade do Governo Federal e é disponibilizado gratuitamente para avaliação dos profissionais do turismo brasileiro. Seu objetivo é ampliar o debate nacional sobre o futuro do setor, assim como de fomentar a pesquisa nesse campo do conhecimento, consistindo numa *versão preliminar*, que deverá sofrer alterações ao longo do primeiro semestre de 2007, incorporando sugestões e críticas a partir de debates com agentes selecionados do turismo brasileiro. Seu conteúdo não representa a posição oficial do Ministério do Turismo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.

Sumário

Essa nota técnica procura avançar na reflexão sobre o segmento de turismo cultural no Brasil.

1. Definição do termo “turismo cultural”: busca de experiências significativas através do contato com patrimônio histórico e cultural e manifestações artísticas vivas das comunidades receptoras.....	2
2. Cultura como fonte de demanda de turismo: diversidade cultural em mundo globalizado.....	8
3. Impactos positivos e negativos dos fluxos de turismo sobre a dimensão cultural: preservação ou deterioração da diversidade cultural, fonte de financiamento ou desvio de recursos em detrimento das comunidades locais, preservação/restauração ou destruição do patrimônio histórico.....	12
4. O conceito de turismo cultural sustentável e indicadores de desempenho: <i>Carrying Capacity</i> e <i>Limits of Acceptable Change (LAC)</i>	15
5. Caracterização geral das principais fontes de demanda do Turismo Cultural no Brasil.....	21
6. Estudo de caso - Pirenópolis/Goiás: um caso bem-sucedido de turismo cultural.....	24
7. Síntese dos principais resultados e Conclusões.	43
8. Bibliografia.....	52

Anexo: Principais pontos de demanda cultural do Brasil (por Região e estado da Federação)

Seção 1. Definição do termo “turismo cultural”: busca de experiências significativas através do contato com patrimônio histórico e cultural e manifestações artísticas vivas das comunidades receptoras.

Os correlatos conceitos de “turismo cultural” e de “turista cultural” têm sido utilizados para designar um novo tipo de turismo/turista, que não busca apenas locais de destino distintos dos seus locais de vida rotineira, mas viver experiências significativas, entrando em contato com culturas diferentes das suas. Alguns autores contrastam esse novo tipo de turismo com os pacotes de “turismo de massa dos anos sessenta e setenta, de “praia, coqueiros e sol” (Apostolakis, 2003).

É evidente que a definição desse “turismo cultural” está longe de ser simples, uma vez que qualquer experiência de viagem tem, em algum sentido, um aspecto cultural: ao sair de seu ambiente, o turista entra em contato com novos sabores da culinária local, com as músicas mais pedidas nas estações de rádio do local, com a forma dos habitantes locais de lidarem com visitantes. Assim, um primeiro desafio a ser enfrentado é uma delimitação mais precisa do termo.

Uma referência importante nessa delimitação é Mac Donald (2004), que se dedica a tal tarefa, partindo de definições utilizadas tanto no âmbito acadêmico quanto nas instituições ligadas ao turismo (tais como a World Tourism Organization – WTO ou a European Association for Tourism and Leisure Education’s – ATLAS).

Começamos com a definição de turismo. A definição fornecida pela WTO, e amplamente utilizada, é bastante simples:

“Turismo é a atividade de pessoas que saem e permanecem fora de seu ambiente natural por não mais de que um ano consecutivo por motivos de lazer ou outros propósitos” (WTO, apud Mac Donald:19).

A dificuldade encontrada na definição do termo turismo cultural reside, evidentemente, na delimitação precisa do termo cultura. Williams (1998) identifica três sentidos nos quais esse termo tem sido utilizado: i. Como um

processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético; ii. Como sinônimo de um determinado “modo de vida” – como “a cultura indígena”, por exemplo; e iii. Como o resultado e as práticas da atividade artística e intelectual. Mac Donald (2004) aponta que o significado do termo, nos meios acadêmicos que estudam a cultura, paulatinamente migrou do primeiro significado para os dois últimos. Assim, a partir destes, uma nova dicotomia foi criada: cultura como processo e cultura como produto.

A cultura como processo diz respeito à definição incluída no item ii acima. Trata-se de uma abordagem antropológica e sociológica que define cultura como o conjunto dos códigos de conduta e do sistema simbólico que caracteriza determinada comunidade. A cultura como produto, por outro lado, diz respeito ao produto da atividade de indivíduos ou grupos que se consubstancia em manifestações artísticas de várias sortes¹.

Fazendo eco às duas definições acima delineadas, encontram-se duas definições de turismo cultural – a primeira ligada à cultura como produto, e a segunda à cultura como processo. Um exemplo da primeira definição é aquela encontrada fornecida pela WTO:

“Turismo cultural refere-se ao segmento da indústria do turismo que enfatiza as atrações culturais. Estas atrações são variadas, incluindo performances, museus, espetáculos, e assim por diante. Em áreas desenvolvidas, essas atrações culturais incluem museus, peças, música erudita ou de outros tipos... Em áreas menos desenvolvidas, elas podem incluir práticas religiosas tradicionais e outras performances culturais.”(WTO, citado em Gee & Fyos-Sola, 1997:120)

Essa abordagem é importante principalmente por facilitar a tarefa de quantificação do fluxo de turistas “culturais”, mas é criticada por ser muito restritiva e por privilegiar as atividades ligadas à “alta cultura” (Richard, 1996). A segunda categoria de turismo cultural é aquela ligada à cultura como

¹ Como aponta Meethan (2001), uma distinção usualmente feita dentro dessa concepção de cultura – e que envolve um juízo de valor acerca do que seja “boa cultura” ou de “bom gosto” – é aquela feita entre a chamada “*high culture*” e a cultura de massa.

um processo, e relaciona o turismo cultural a uma busca por novas experiências, em um sentido mais amplo. A definição da ATLAS – órgão que tem, aliás, promovido férteis pesquisas no campo do turismo cultural – é um bom exemplo:

“O turismo cultural é o movimento de pessoas em busca de atrações culturais, com a intenção de obter novas informações e experiências que satisfaçam suas necessidades culturais” (citado em Richards, 1996:24)

Aqui, aparece um componente fundamental na delimitação do que seja turismo cultural: a intenção do turista. Se, como se disse acima, toda viagem encerra um aspecto cultural, na medida que o turista entra necessariamente em contato com um ambiente distinto daquele que caracteriza seu “habitat”, o que distingue fundamentalmente o turismo cultural de outros tipos de turismo (como aquele já citado, de “praia, sol e coqueiros”) é a *intenção* do turista de ter experiências significativas a partir do contato com culturas distintas da sua. Aqui, nos alinhamos a MacDonald, que define turismo cultural da seguinte forma:

“ Turismo cultural é um segmento da indústria que trata das viagens motivadas em parte ou inteiramente pela intenção de explorar ou experienciar diferentes modos de vida e/ou idéias de outras pessoas – os costumes sociais, as tradições religiosas e a herança cultural que não são os seus.”(Mac Donald, 2004:23)

Adotaremos aqui uma definição que vai além daquela que se depreende da concepção de “cultura como produto” e engloba também a dimensão de cultura como processo, no sentido de entrar em contato com um modo de vida distinto daquele que caracteriza seu local de moradia. Mas o que distingue o turismo cultural do de outro tipo é o fato de que a principal motivação do viajante é justamente entrar em contato com essa dimensão cultural do local de destino. Assim, definiremos “turismo cultural” como *aquele no qual o turista tem como principal **motivação** entrar em contato com as*

manifestações culturais da população alvo, com o objetivo de satisfazer suas próprias necessidades culturais.

Resta ainda, encontrar alguma forma de fazer distinções entre diversas fontes de demanda para o turismo cultural – para facilitar a análise deste ramo no Brasil.

Uma pesquisa recente da WTO² acerca do turismo cultural para cidades européias faz a seguinte classificação, em termos do produto cultural oferecido por tipo de aglomeração urbana:

Framework to classify places and their cultural product

Type of place \ Product category	Village	Town	City	Metropolis
Heritage	Cluster 1	Cluster 2		
Heritage + The Arts		Cluster 3	Cluster 4	
Heritage + The Arts + Creative Industries			Cluster 5	Cluster 6

A primeira categoria de produto diz respeito à herança cultural consubstanciada no patrimônio histórico. A segunda, das “artes”, refere-se às manifestações artísticas vivas e a terceira, as “indústrias criativas” designa ao *design* gráfico, arquitetura contemporânea, *fashion*, etc.

No Brasil, foi criado em fins de 2003, por iniciativa do Ministério do turismo, um grupo técnico temático sobre turismo cultural, composto de representantes de várias organizações e instituições da área de turismo, o que foi de fundamental importância para que se chegasse a uma definição precisa do termo, de modo a nortear o debate e o desenho de políticas direcionadas ao segmento no país.

A partir dos trabalhos desta Comissão, chegou-se a uma segmentação precisa do setor do turismo, expressa no documento “marcos conceituais dos

² World Tourism Organization. *City Tourism and Culture: the European experience* (2005)

segmentos de turismo”, que veio a público no Salão de Turismo de São Paulo, em Junho de 2006. A definição adotada de turismo cultural é a seguinte:

“Turismo cultural compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.” (Cartilha da Segmentação, p.13)

O enfoque expresso no documento vai ao encontro daquele encontrado na literatura internacional sobre o tema: o que distingue o segmento do turismo cultural é a *motivação* do turista de *vivenciar* outras culturas.

A definição ali encontrada de patrimônio histórico e cultural³ e de eventos culturais é a seguinte:

“ Considera-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais, de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de atração turística: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais; manifestações, como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e outras. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio. Incluem-se nesta categoria os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronômicos, exposições de arte, de artesanato e outros.”(idem, ibidem).

³ É evidente que essa definição está em consonância com aquela encontrada na Constituição Federal do Brasil:

“Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.”

Cabe destacar que a *cartilha da segmentação* constrói subcategorias, no interior do segmento de turismo cultural. São elas:

- Turismo cívico: *“Ocorre em função de deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, fatos, observação ou participação em eventos cívicos, que representem a situação presente ou a memória política e histórica de determinados locais”*.
- Turismo religioso: *“Configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas.”*
- Turismo místico e esotérico: *“Caracterizam-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do auto-conhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos.”*
- Turismo étnico: *Constitui-se das atividades decorrentes da vivência das experiências autênticas em contatos diretos com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos.”* (Cartilha da Segmentação, pgs 15 a 17)

Para nossos propósitos, faremos apenas uma grande distinção: entre o turismo cultural dirigido a *locais* culturalmente significativos (patrimônio histórico/museus) e aquele dirigido a *manifestações artísticas vivas* locais (enquadradas ou não na definição de patrimônio).

Seção 2. Cultura como fonte de demanda de turismo: diversidade cultural em mundo globalizado.

A relação entre turismo e cultura tem duas dimensões que não podem ser divorciadas, mas que merecem ser examinadas separadamente: a primeira diz respeito à influência que a cultura, em suas diversas acepções, pode ter nos fluxos de turismo. A segunda, e não menos importante, relaciona-se aos impactos que estes fluxos de turismo podem ter na cultura das populações receptoras dos fluxos de turismo.

Esta segunda seção da nota técnica tratará da primeira dessas dimensões - ou seja, das razões do aumento da participação do “turismo cultural” no fluxo total de turismo. Não há dúvidas de que o “turismo cultural” tem crescido de forma sustentada, principalmente a partir da segunda metade da década de oitenta, tanto no Brasil quanto no resto do mundo. Dados da WTO (2001) apontam para um crescimento deste segmento, no mundo, a uma taxa de por volta de 10% ao ano. Em 2001, a estimativa era de que este segmento representava, em 2001, cerca de um quinto do mercado total de turismo.

As razões para o aumento da demanda deste tipo de turismo são várias, como aponta Waitt (2000). Um argumento que se sobressai⁴ é o de que isto se deve à necessidade de ir ao encontro de “identidades culturais” específicas que, no imaginário desses potenciais turistas, estariam fadadas ao desaparecimento com a alardeada “globalização”. O “produto cultural” que o turista cultural busca é aquele que se relaciona a essas identidades culturais específicas.

É nesse contexto que se inseriria um aumento do fluxo de viagens dos turistas de países desenvolvidos para países do terceiro mundo ou “em desenvolvimento”. Essa tendência também é apontada em Mowfoth & Munt (1998):

“Essas outras culturas e ambientes são tudo o que as nossas culturas e ambientes não são. Enquanto os nossos estilos de vida são denegridos como

⁴ Ver, também, MacDonald (2004).

vazios, materialistas, sem sentido, as culturas do terceiro mundo são vistas como ricas em significados, simplicidade e, é claro, autenticidade” (Mowfort & Munt, 1998:59).

No caso brasileiro, pode-se adicionar a esse fluxo aquele intra-nacional, que provém de regiões mais abastadas economicamente - centros industriais, urbanizados e cosmopolitas- para outras, onde o turista cultural pode encontrar em contato com uma cultura preservada da propalada “globalização”.

Do ponto de vista dos ofertantes dos serviços de turismo, vários estudos apontam que vem ocorrendo uma mudança na direção das suas estratégias de mercado. Estas mudanças relacionam-se a uma crise no padrão de turismo vigente entre os sessenta e o início dos anos oitenta - o chamado “turismo de massa”. Vários autores referem-se ao novo padrão de turismo surgido a partir de então como “novo turismo”.

Poon (1993) mostra que várias forças contribuíram para a crise do velho padrão de turismo - no qual não havia espaço para o “turismo cultural”. O velho padrão tinha cinco principais características:

- As férias eram padronizadas, com pacotes rígidos e inflexíveis.
- As férias eram produzidas pela replicação em massa de unidades idênticas, sendo as economias de escala o principal fator de competitividade.
- A clientela alvo dos ofertantes era indiferenciada, tratada como homogênea.
- As férias eram consumidas em massa, sem consideração pelas normas, cultura e meio ambiente das comunidades receptoras.

Os fatores que deram origem ao florescimento deste padrão de turismo - a paz e prosperidade do pós-guerra, a estrutura do *welfare state* (as férias pagas, em particular), a política de atração de redes hoteleiras multinacionais por parte dos governos dos países/regiões receptores, o avanço das tecnologias de transporte (transporte aéreo, especialmente) - já se esgotaram

como fontes propulsoras. Além disso, os efeitos deletérios desse padrão de turismo já se fazem sentir e têm sido amplamente discutidos tanto no ambiente acadêmico quanto nas instituições ligadas ao turismo. Assim, tem havido uma pressão, por parte dos governos, ONGs e membros da sociedade civil das comunidades receptoras para limitar o fluxo deste tipo de turismo.

Mas importa ressaltar outro fator de fundamental importância para o aumento da participação do turismo cultural no fluxo total de turismo. Como se sabe, ocorreu, no início dos anos oitenta, uma mudança de ambiente ligada à dinâmica da indústria: uma mudança de paradigma sócio-tecnológico - de um paradigma "fordista" ou de "produção em massa", passa-se a um paradigma "pós-fordista" ou de "produção enxuta, ou flexível". Para Poon (1993), a indústria do turismo tem acompanhado essa modificação do que sejam as "*best practices*" do mercado.

A base tecnológica para tal mudança de ambiente é a microeletrônica e a tecnologia da informação. Mas, para além desta, ocorre uma profunda mudança organizacional e na própria definição do produto a ser oferecido. Ao invés de produto homogêneo e consumidores indiferenciados, produção voltada para atender os exigentes e diferenciados consumidores. A falta de consideração pelos costumes e ambiente é crescentemente substituída por atração (do ponto de vista dos consumidores) e por exploração (do ponto de vista dos ofertantes dos serviços de turismo) justamente do "particular" e do "autêntico" na definição do produto da indústria do turismo.

É nesse quadro que vem surgindo o "novo turismo". Poon (1993) assim define as suas características principais:

- As férias são flexíveis e podem ser adquiridas a um preço competitivo com as férias oferecidas pelo antigo padrão.
- A produção dos serviços de turismo não tem mais apenas nas economias de escala suas vantagens competitivas.
- A produção é crescentemente guiada pelas demandas dos consumidores.

- As férias são consumidas por turistas que são viajantes mais experientes, mais educados, mais independentes e mais flexíveis.
- O *marketing* da indústria de turismo dirige-se a indivíduos com diferentes necessidades, rendas, restrições orçamentárias e interesses. O marketing de massa não é mais o paradigma dominante.
- Os consumidores consideram o ambiente e a cultura de seus locais de destino como partes fundamentais de suas experiências.

Deste modo, é possível dizer que o que definimos na seção 1 desta nota técnica como *turismo cultural* é uma das manifestações deste *novo turismo*⁵ – que atende a um novo consumidor e responde a nova exigências de competitividade.

⁵ Ao lado, como aponta Mac Donald (2004), do turismo “ecológico”, do “esportivo” e do “de aventura”.

Seção 3. Impactos positivos e negativos dos fluxos de turismo sobre a dimensão cultural: preservação ou deterioração da diversidade cultural, fonte de financiamento ou desvio de recursos em detrimento das comunidades locais, preservação/restauração ou destruição do patrimônio histórico.

Há um consenso sobre os impactos negativos do “turismo de massa” mencionado na seção anterior sobre o meio ambiente e o ambiente cultural. Vários estudos sugerem que estes fluxos de turismo sobre as regiões receptoras foram altamente deletérios. O novo turismo – e o “turismo cultural”, em particular – em contraste, teria a virtude de ser não apenas menos nocivo às comunidades receptoras, como lhes trazer vários benefícios.

Leia-se, por exemplo, a seguinte afirmação extraída de recente relatório da UNESCO:

“O turismo cultural tem um impacto social e econômico positivo, estabelecendo e reforçando identidades, ajudando a construir imagens ajudando a preservar a herança cultural e histórica (...) Facilita a compreensão e harmonia entre povos, dá suporte à cultura e renova o próprio turismo”.(UNESCO 2003, apud Mac Donald, 2004:5)

Em outros termos, haveria uma “sinergia positiva” entre o turismo e a cultura, sendo o turismo benéfico para a preservação do patrimônio artístico, histórico e cultural das comunidades receptoras.

Nessa linha, Resinger e Turner (2003) argumentam que o turismo cultural pode reduzir preconceitos, aumentar o grau de tolerância entre diferentes culturas, eliminar estereótipos que são prejudiciais à convivência pacífica entre povos e até ajudar a promover a paz mundial! Argumento semelhante encontra-se no próprio documento da UNESCO (2003) citado acima. Embora este tipo de argumento mereça certas qualificações – como apontam Mac Donald (2004) e Var and Erp (1998) – essa é uma dimensão que deve ser explorada em estudos de caso. Como as comunidades receptoras enxergam o impacto do fluxo de turismo sobre sua própria cultura?

É bem verdade que, possivelmente, os recursos e o público trazidos pelo turismo ajudam a preservar ou mesmo renovar tradições culturais – e até a criar novas. A própria preservação do patrimônio histórico requer recursos que, em grande parte dos casos, devem advir dos aportes oriundos das atividades ligadas ao turismo. No entanto, não se pode desprezar a possibilidade de os fluxos de turismo terem efeitos deletérios tanto sobre patrimônio histórico quanto sobre manifestações de “identidade cultural” que, paradoxalmente, são muitas vezes o próprio foco de atração dos turistas. É nessa linha que vários autores vêm apontando uma tendência de “comodificação” das culturas locais com o aumento do fluxo de turismo cultural.

Assim, encontrar um “fluxo ótimo” de turistas, bem como desenhar formas de regulamentar a atividade de “turismo cultural” é um grande desafio e tem sido objeto de conferências internacionais em diferentes partes do mundo. Uma particularmente rica foi levada a cabo no Cambodja em Dezembro de 2000 sob coordenação da WTO⁶. Vale a pena trazer um trecho particularmente interessante, pois resume a posição desta instituição sobre os impactos do turismo cultural:

“A cultura e o turismo guardam uma relação simbiótica. Artes de vários tipos, rituais e lendas que correm o perigo de serem esquecidas pelas novas gerações podem ser revitalizadas quando os turistas mostram interesses nelas. Monumentos e relíquias culturais podem ser preservadas utilizando fundos advindos do turismo. De fato, os monumentos e relíquias que foram abandonados sofrem uma decadência em decorrência da falta de visitação. Por outro lado, a cultura tem sido amiúde comercializada e torna-se uma commodity para agradar turistas. Neste processo, é degradada e espoliada. A cultura e o turismo têm que se apoiar mutuamente para tornar essa relação sustentável.”(WTO:2001)

Isso é particularmente importante quando se tem como pano de fundo uma questão fulcral: seria o turismo cultural uma fonte de desenvolvimento

⁶ Os resultados dessa conferência foram publicados em WORLD TOURISM ORGANIZATION (2001)

para países/regiões em desenvolvimento? Esses países recebem fluxos de turistas de países desenvolvidos em busca do “exótico” e do “autêntico”, mas como garantir o respeito à cultura local? E esta reflexão é válida também para fluxos de turistas intra-países, de uma região à outra.

Além disso, quando se considera a questão dos empregos criados pela atividade de turismo, é preciso considerar que se, de um lado, há inegavelmente criação de oportunidades de trabalho pela atividade de turismo, de outro, pode haver a destruição de formas tradicionais de ocupação, com efeitos sociais deletérios. No Brasil, faltam estudos de caso acerca dos impactos do turismo cultural sobre o emprego. Um elucidativo estudo em um país em desenvolvimento foi levado a cabo em Ladakh, Índia, em 1998. Nesse caso, houve a substituição de formas de cultivo tradicionais (principal ocupação antes de o local tornar-se um pólo de atração de turismo) por atividades ligadas aos serviços de turismo. A alimentação, anteriormente provida por cultivos locais, passou a ser importada. O autor⁷ aponta que houve um efeito social perverso, na medida em que os postos de melhor qualidade são ocupados por pessoas de fora da comunidade, enquanto os locais ocupam posições sem nenhum poder de decisão. Configura-se, assim, um mercado de trabalho marcado por desigualdades crescentes.

Por isso, a idéia de que a qualidade da inserção da qualidade da comunidade local nas novas atividades é um elemento fulcral na definição do que seja um padrão sustentável de desenvolvimento do turismo cultural ganha força, e se expressa no conceito de “turismo cultural sustentável” bem como nos indicadores de sustentabilidade expostos a seguir, na próxima seção desta nota técnica.

⁷ Guin (1998).

Seção 4. O conceito de turismo cultural sustentável e indicadores de desempenho: *Carrying Capacity* e *Limits of Acceptable Change (LAC)*.

1) O conceito de “sustentabilidade do turismo cultural”

O conceito de sustentabilidade teve origem nas discussões dos ambientalistas, preocupados com o que seria um “padrão de desenvolvimento sustentável”.

Este conceito pode ser aplicado a várias indústrias e o tem sido também a diversas dimensões da indústria do turismo: dimensão ambiental, a social, a financeira e, evidentemente, à cultural. A definição dada pelo WTO é bastante clara:

“O desenvolvimento do turismo sustentável satisfaz as necessidades dos visitantes e das regiões hóspedes no momento atual, enquanto preserva e incrementa as suas possibilidades para o futuro. Assim, a gestão de recursos deve ser feita de tal forma que satisfaça as suas necessidades econômicas, sociais e estéticas, enquanto a integridade cultural, os processos ambientais essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de sustentação da população local são preservados”.(citado em WTTC, 1995: 30 apud MacDonald, 2004: 78)

Mowfort e Munt (1998) trazem uma rica reflexão sobre o conceito de sustentabilidade do turismo cultural, e mostram que esta se refere, essencialmente, à habilidade das comunidades de reter ou adaptar aspectos de sua cultura face ao turismo.

Um consenso que se verifica na literatura internacional que versa sobre a sustentabilidade do turismo cultural é o que diz respeito à importância das parcerias, ou seja, a cooperação entre os vários atores envolvidos neste ramo. Estes são, de forma geral, os turistas, representantes das comunidades receptoras (sejam governamentais ou não), e as firmas ligadas à exploração do segmento do turismo cultural. Liu (2003) entende a cooperação e coordenação entre esses vários agentes como sendo elementos chave para atingir a “sustentabilidade” do turismo cultural:

“A história do desenvolvimento do turismo mostrou que todos esses grupos são igualmente importantes e que os objetivos de longo prazo e a sustentabilidade não podem ser atingidos se um grupo encontrar-se continuamente subordinado aos outros. O turismo sustentável(...) exige o planejamento e a implementação de parcerias entre os vários agentes do processo do desenvolvimento do turismo”(Liu, 2003:467).

O autor e outros (Mowforth and Munt, 1998) mostram que o “elo fraco” está nos representantes das comunidades locais, que em geral, encontram-se em posição subordinada em relação aos demais atores do processo. Nessa direção, a NWHO aponta que:

“É um elemento central do turismo cultural reconhecer o valor da diversidade cultural, e por isso há que se prover às culturas locais um fórum em que elas possam participar em decisões que afetam o futuro de sua cultura. Em outras palavras, as comunidades receptoras deveriam ter o poder de dizer sim ou não ao turismo, e se o aceitarem, estabelecer os padrões do turismo que elas desejam” (NWHO,1999: 17-18)

Há certo consenso, também, sobre a importância de que a participação não se resuma a “voz ativa” em órgãos deliberativos. É necessário que a comunidade local mantenha a *propriedade* dos recursos culturais que são oferecidos. Essa é uma condição fundamental para que a distribuição do poder entre os participantes não se torne excessivamente desbalanceada. Nas palavras de Oliveira:

“A venda de propriedades é um dos fatores mais importantes na marginalização da população local no processo de consolidação dos destinos turísticos. Ao se desfazer de suas posses, o morador deixa de deter a propriedade dos meios de produção tornando-se, quando muito, a mão-de-obra de baixa remuneração que serve às novas formas e funções de seus territórios. São, assim, incorporados no sistema de produção e consumo com um papel distinto dos novos proprietários e produtores de espaços: constituem o trabalho barato que faz a engrenagem se movimentar.” (Oliveira, 2005:66)

O autor traz vários estudos de caso que confirmam essa tendência: Paraty, por exemplo, teve seus casarões coloniais arrematados por grandes centros brasileiros e estrangeiros “por uma pechincha” (*idem, ibidem*), e o efeito foi que a comunidade local foi expulsa do centro histórico e até mesmo de seus arredores mais próximo, indo habitar a cidade vizinha de Cunha. Essa “deterritorialização”, embora não seja uma imposição, acaba ocorrendo uma vez que a própria comunidade não tem, muitas vezes, consciência do potencial do seu patrimônio e vê na sua venda a oportunidade para uma nova vida.

Outra questão amiúde levantada, e relacionada à anterior, é a da necessidade de educação e treinamento das comunidades receptoras para que tomem consciência tanto da importância da preservação de seu patrimônio cultural quanto dos benefícios trazidos pelo fluxo de turistas. No Brasil, o IPHAN tem desenvolvido programa de educação sobre patrimônio histórico, em um projeto conjunto com o Ministério do Turismo, nas cidades de São Luís do Maranhão e São João del Rei. Na primeira, há um projeto piloto que deverá ser implementado em 2007, de educação patrimonial, cultural e ambiental e de reflexão sobre o potencial turístico da região como parte do *currículum* do ensino fundamental. Na segunda, foram recentemente incluídas, em seu plano diretor, ações que contemplam o turismo e a valorização do patrimônio: “São ações voltadas para a sensibilização da comunidade local, que deve ser a primeira a saber de sua história, a importância de seus bens patrimoniais, tanto para valorização de sua identidade, quanto para seu possível uso comercial”, afirma Gabriela dos Santos, professora do curso de Turismo da Faculdade de Sergipe e consultora do projeto.

Guin (1998) ressalta que é necessário que haja um esforço de conscientização também do lado dos turistas que visitam os locais alvos do turismo cultural. Em seu estudo de caso sobre a comunidade de Ladack, por exemplo, ela mostrou que foram necessárias medidas para que os turistas não comprassem antiguidades que a população, extremamente carente, colocava à

disposição dos transeuntes: foi instituída uma norma de que “não se podem comprar bens de mais de um século!”

Um outro elemento importante para que se construam alternativas de turismo cultural sustentável é o *marketing* associado à atividade. Vários autores defendem a necessidade de que a comunidade local se envolva na definição do “produto cultural” que está à disposição dos turistas. Com efeito, há riscos envolvidos no *marketing* descolado da realidade experienciada pelas próprias comunidades receptoras. Pode haver frustração de ambos os lados se, por exemplo, a imagem transmitida pelo marketing associado à atividade for algo estereotipado, congelado no tempo. A “comodificação” da cultura, aludida em seção anterior, pode acompanhar campanhas de *marketing* desta natureza. Nessa mesma direção, Figueiredo (2005) adverte que a própria seleção do que seja considerado patrimônio cultural não é privada de conteúdo político e ideológico.

A partir de um estudo de caso conduzido na cidade de Ilhéus, o autor argumenta que os pontos de atração de “turismo cultural” são aqueles ligados à aristocracia colonial, e não a outros segmentos - as populações indígenas ou escravas, por exemplo - cujas histórias também povoam a memória das populações locais. Este é mais um argumento em favor de uma participação efetiva da comunidade local na construção do seu “patrimônio cultural” e na definição do “produto cultural” que a indústria do turismo vende.

Nas palavras do autor:

“Desde o que se elege como patrimônio cultural – o que deve ser preservado, restaurado, difundido – até as representações que se elaboram sobre esses elementos devem ser analisados criticamente. Análise que passa pelo questionamento da representatividade desses elementos, que recebem investimentos públicos e privados, frente à coletividade em questão. Nesse sentido, pensar o turismo cultural como uma estratégia de desenvolvimento sustentável passa necessariamente pela participação da população no planejamento do turismo, o que pode prevenir distorções nas representações elaboradas sobre estes elementos e garantir que os benefícios provenientes da

atividade sejam experimentados por um maior número de pessoas e não fique restrito a um pequeno grupo.”(Figueiredo, 2005: 49)

Outra questão que se coloca é: qual o limite aceitável do fluxo de turistas? Quando determinar que os malefícios provocados pelo turismo superam os benefícios? Deterritorialização, comodificação da cultura, elevação do custo de vida para a comunidade local, perda de infra-estrutura básica. Existem casos em que foi necessária uma campanha de “*de-marketing*”, quando os prejuízos do turismo mostraram-se nitidamente superiores aos ganhos. O caso paradigmático é Veneza⁸, que perdeu dois terços de sua população dos anos 50 até hoje, em decorrência da substituição de estruturas básicas de moradia – como escolas e hospitais – por instalações orientadas ao atendimento do fluxo de turistas – como *fast foods* e lojas de *souvenirs*. O fotógrafo encarregado do poderoso *marketing* da *Benetton* construiu uma eloqüente campanha para desestimular a ida de turistas a Veneza – utilizando imagens de lixo e pombos mortos.

A partir dessas considerações sobre o conceito de turismo sustentável, temos todos os elementos para apresentar as duas medidas de sustentabilidade encontradas na literatura sobre turismo cultural.

2) Indicadores de sustentabilidade: primeira aproximação

i. Carrying Capacity

Inicialmente utilizado no contexto do impacto ambiental (natural), este conceito foi expandido de forma a comportar outros elementos. A classificação utilizada pela WTO discrimina pelo menos três categorias distintas para este conceito:

- *Carrying capacity física*: limite de capacidade da infra-estrutura do local de receber os turistas sem uma clara deterioração da experiência do turista.

⁸ Relatado em Russo (1999).

- *Carrying capacity ecológica*: limite do número de visitantes a partir do qual há prejuízos ecológicos aos locais de recepção.
- *Carrying capacity cultural*: limite do número de visitantes a partir do qual o patrimônio cultural da comunidade receptora começa a se deteriorar no tempo.

Todas essas dimensões combinadas levam à estimativa de um número máximo de visitantes por período, por localidade. A crítica mais comum a essa conceito (Mac Donald, 1999) é que a medida é carregada de forte grau de subjetividade – embora se revista de um ar “técnico”. É freqüentemente calculado por alguma tecnocracia que guarda distância em relação à realidade da comunidade receptora;

ii. *Limits to Acceptable Change*

Cada vez mais tem sido preferida esta outra medida, essa sim assumidamente subjetiva, que tem sido construída de forma participativa, incluindo os atores participantes dos serviços de turismo cultural. Ao invés de fixar um número limite de visitantes, o enfoque é delimitar quais as condições sociais, cultura e ambientais de uma área e tomar as providências para que não se ultrapassem os limites de mudança desse quadro. Aqui, a crítica é que, como qualquer processo participativo, está sujeito a desequilíbrios de poder nos processos de tomada de decisão.

Seção 5. Caracterização geral das principais fontes de demanda do Turismo Cultural no Brasil.

No *anexo* desta nota técnica, encontra-se um levantamento dos principais pontos de atração de turismo cultural no Brasil, organizados por região e por estado. Ao lado do próprio Ministério do Turismo, foram consultadas as Secretarias Estaduais de Turismo/Cultura de todos os estados brasileiros, e em alguns casos municipais, além de outros *sites* de guias turísticos.

A qualidade das informações encontradas no *site* do Mtur é boa, e o sistema de busca bastante eficaz. No entanto, notou-se uma grande disparidade da qualidade das informações entre as várias Secretarias de Estado e/ou Municipais.

Notou-se a falta de dados específicos sobre o segmento de turismo cultural, o que pode se explicar em parte por ser de recente tratamento por parte das autoridades oficiais ligadas ao Turismo.⁹

De qualquer modo, há dados que indicam que o movimento descrito pela WTO em nível mundial também se verifica no Brasil. A pesquisa levada a cabo no âmbito do programa PRODETUR-II, cuja síntese dos principais resultados veio a público no último salão do turismo de São Paulo em junho de 2006, mostrou que entre as razões apontadas para as viagens domésticas, o turismo cultural figura em terceiro lugar, com 12,5% de respostas (as duas outras respostas mais encontradas são “visitar amigos e parentes” e “sol e praia”, com 53,1% e 40,8% respectivamente)¹⁰. Em consonância com as tendências verificadas na literatura internacional, o motivo “turismo cultural” encontra mais adeptos quanto maior é a faixa de renda, variando de 8,3% na faixa entre R\$350 e R\$1.400 a 19,9% na faixa acima de R\$10.500. De forma consistente com este dado, quando perguntadas sobre as atividades de lazer realizadas durante a principal viagem doméstica, 12,2% das pessoas

⁹ Note-se que o grupo técnico para tratar da categoria “turismo cultural” foi criado em 2003, e o documento em que se encontra a definição precisa do termo veio a público somente em Junho de 2006.

¹⁰ Há que se notar que o total soma mais de 100%, o que significa que uma mesma viagem pode ter diferentes motivações).

apontaram “visitar atrações culturais”, número que também varia (diretamente) com o nível de renda.

A pesquisa do PRODETUR-II também mostra que parte significativa do fluxo doméstico de turistas (46,6%) é intra-estadual. Conforme apontado na literatura internacional, o “turista cultural” muitas vezes faz viagens curtas (em geral mais curtas do que o turismo de “praia e sol”) e muitas vezes, no caso do Brasil, dentro do próprio estado. O exemplo de Pirenópolis, analisado na seção 6 desta nota técnica, confirma essa tendência. Outro dado interessante é que o estado de São Paulo é tanto o principal emissor (40% das emissões) quanto o principal receptor (29,4% das recepções) do turismo doméstico. Isso aponta para a conclusão de que há um significativo mercado a explorar, no ramo de turismo cultural, para visitas inter-estaduais.

A avaliação da demanda internacional por turismo cultural é ainda mais difícil. Uma pesquisa recentemente divulgada da FIPE, em parceria com a Embratur (“Caracterização e Dimensionamento da demanda internacional. 2004-2005”) fornece pistas interessantes. Aparentemente, o turismo de praia e sol ainda é fortemente predominante para o turista internacional. Os nossos principais visitantes são os argentinos, seguidos dos americanos (18,52% e 14,81% do total dos visitantes internacionais, respectivamente). Os principais destinos são as praias brasileiras (no caso dos primeiros, principalmente as do Sul, o que explica que esta região seja a mais visitada entre os entrevistados no quesito viagens a lazer – 46,8%). As unidades da Federação mais visitadas são Rio de Janeiro (34,7% dos entrevistados), Santa Catarina (25,1%) e Paraná (20,1%)¹¹.

Dos entrevistados que viajavam a lazer, 96% disseram desejar voltar ao Brasil. Perguntados sobre a principal motivação para tal decisão, o quesito “beleza natural e clima” foi mencionado por mais de 50% dos entrevistados. Chama a atenção o baixo número de indicações para o quesito “cultura” (apenas 5,4% dos entrevistados mencionaram esta razão). Mesmo somando o

¹¹ Note-se que, aqui também, o total ultrapassa 100%, o que significa que um mesmo turista possa visitar vários estados.

- algo vago - “atrações” (5%), chega-se a um percentual ainda pequeno. Isso pode ser tomado como uma indicação de que ainda há um potencial a explorar em termos de incremento do fluxo internacional relativo ao “turismo cultural” para o Brasil. Do ponto de vista do grau de instrução, 65% dos entrevistados têm grau superior ou pós-graduação, o que, na literatura internacional, é indicado como sendo característica do “turista cultural” típico.

Por último, vale ressaltar que a maioria dos turistas internacionais teve uma avaliação positiva dos serviços de turismo. As maiores queixas foram para serviço de guias de turismo (7,5% dos entrevistados) e para o serviço de informações turísticas (10,7%). Positiva também foi a maioria das avaliações sobre a infra-estrutura turística. As maiores queixas dizem respeito à telefonia e Internet (23% dos entrevistados têm avaliação negativa) e sinalização turística (20%). Como o segmento de turismo cultural é extremamente sensível ao serviço de informações, isto pode indicar que há espaço para melhora neste quesito, que pode ter repercussões positivas sobre a demanda do segmento de turismo cultural.

Seção 6. Pirenópolis: um caso bem sucedido de turismo cultural

1) Introdução

Escolheu-se Pirenópolis para exemplificar o turismo cultural no Brasil porque essa cidade reúne duas características que definem o turismo que ali se dirige como turismo cultural (é bem verdade que por estar encravada num belíssimo entorno natural, aos pés da Serra dos Pireneus, a região também pode ser tomada como um bom estudo de caso de eco-turismo).

Em primeiro lugar, trata-se de uma cidade tombada Patrimônio Histórico Nacional em 1989, contando com uma linda arquitetura colonial do século XVIII, igrejas e museus e ruas de pedras quartzísticas.

Em segundo lugar, ocorre no local uma festividade que é uma das maiores manifestações populares da região, misto de festa religiosa e profana. Trata-se da festa do Divino Espírito Santo, acompanhada da Cavallhada – teatro ao ar livre que representa a luta medieval entre cristãos e mouros montados a cavalo. As festividades - tradição trazida pelos jesuítas em 1819 - têm início 45 dias após o Domingo de Páscoa e atraem quase 15 mil pessoas à cidade (cuja população é de cerca de 21000 habitantes), durando 12 dias.

A população quase dobra no período das festividades. Como se sabe, isso pode significar grandes transtornos em locais não preparados. No entanto, Pirenópolis tem sido um exemplo de turismo cultural bem-sucedido. Os recursos ajudam a preservar o patrimônio histórico e as tradições foram reavivadas pelo fluxo dos turistas. Com efeito, a história de Pirenópolis guarda peculiaridades que permitem dizer que a sinergia entre turismo e cultura tem sido extremamente benéfica a ambos. Construída no auge da época mineradora, a cidade foi praticamente abandonada no início do século, tornando-se praticamente um “paradeiro fantasma”. Foi somente no início dos anos oitenta que ela voltou à atividade, quando uma comunidade de Híppies ali se instalou para iniciar uma experiência de comunidade alternativa. Vivendo do artesanato de prata e pedra e marcenaria, eles

iniciaram um movimento de revitalização do patrimônio histórico e cultural da cidade.

Duas pesquisas relativamente recentes implementadas na região nos servirão de base para desenhar o perfil da demanda e o da oferta de serviços de turismo em Pirenópolis. A primeira, levada a cabo pela AGETUR (Agência Goiana de Turismo, órgão governamental, em parceria com diversas entidades¹²) em 2002, foi uma importante pesquisa de campo em todas as cidades que fazem parte do chamado “caminho do ouro” do estado de Goiás em diversas épocas do ano. São essas cidades: Corumbá, Goiás e Pirenópolis. Para os propósitos desse relatório, selecionaram-se alguns dados referentes a Pirenópolis, durante as Cavalhadas (na festa do Divino Espírito Santo) para chegar a uma avaliação do perfil do turista que freqüenta Pirenópolis e de suas impressões.

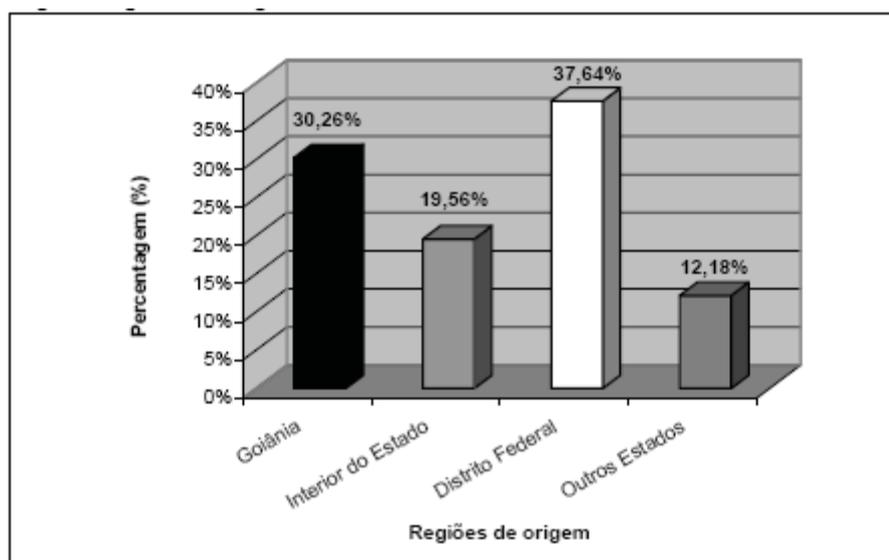
No tocante à oferta de serviços turísticos de Pirenópolis, a fonte utilizada é uma pesquisa realizada pelo Sebrae no âmbito do GEOR - Projeto de Desenvolvimento do Turismo em Pirenópolis, e divulgada em agosto de 2005. O objetivo do projeto é dar subsídios ao “Desenvolvimento sustentável do Setor de Turismo de Pirenópolis, por meio do aumento do fluxo de turistas na baixa temporada”. Assim, os gestores do Projeto querem aumentar a taxa de ocupação nos hotéis e pousadas de Pirenópolis em 15%, no período de baixa temporada, até 2007. Para tanto, procuraram: a) Conhecer o perfil dos proprietários/sócios e gestores dos negócios; b) Caracterizar as empresas do segmento; c) Caracterizar a atividade; d) Conhecer os resultados das empresas (capacidade diária de atendimento, a taxa média de ocupação - na baixa e na alta temporada e o faturamento no ano de 2004; e) Conhecer o número de pessoas ocupadas nas empresas.

¹² A pesquisa foi realizada em parceria com: Grupo Nativa, Fundação Aroeira, Universidade Estadual de Goiás, Associação dos Condutores de Visitantes de Pirenópolis, e Associação dos Monitores Ambiental da Cidade de Goiás.

2) Perfil da demanda: Pesquisa AGETUR

Agência Goiana de Turismo (AGETUR), *Goiás-Brasil: Turismo em dados (O Caminho do Ouro)*. Disponível no site: <http://www.pirenopolis.tur.br/arquivo/Ouro.pdf>

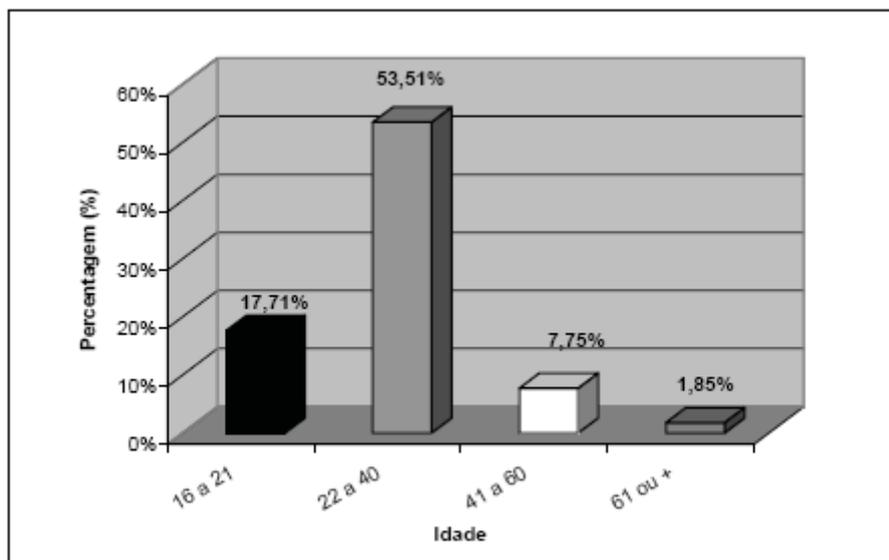
Figura 1: Origem



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

A origem do turista que se dirige a Pirenópolis é condizente com os dados na pesquisa sobre turismo doméstico do PRODETUR-II. A maior parte do fluxo de turistas (quase 88%) é do próprio estado de Goiás ou do Distrito Federal – ou seja, são viagens que podem ser consideradas como interestaduais.

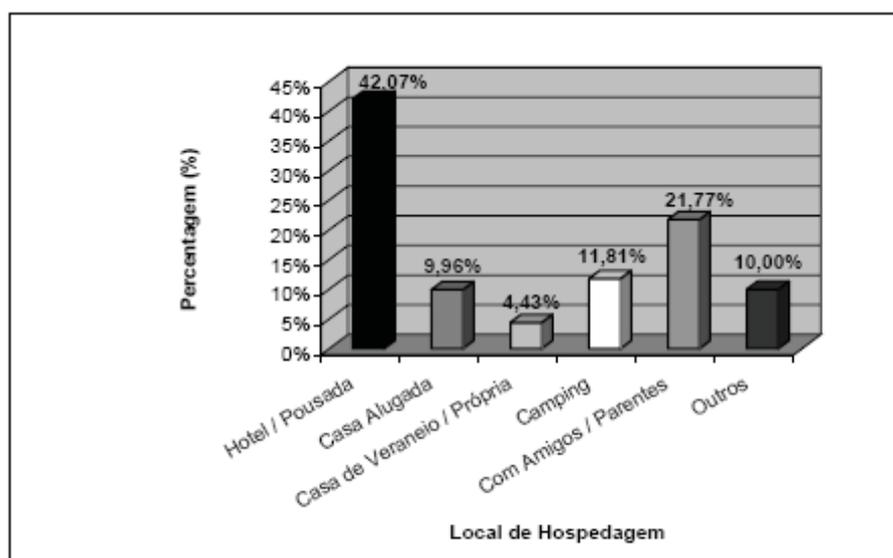
Figura 2: Idade



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

O visitante de Pirenópolis é relativamente jovem – apenas 9% têm mais de 40 anos. Isso foge do estereótipo do perfil do “turista cultural” típico europeu ou americano.

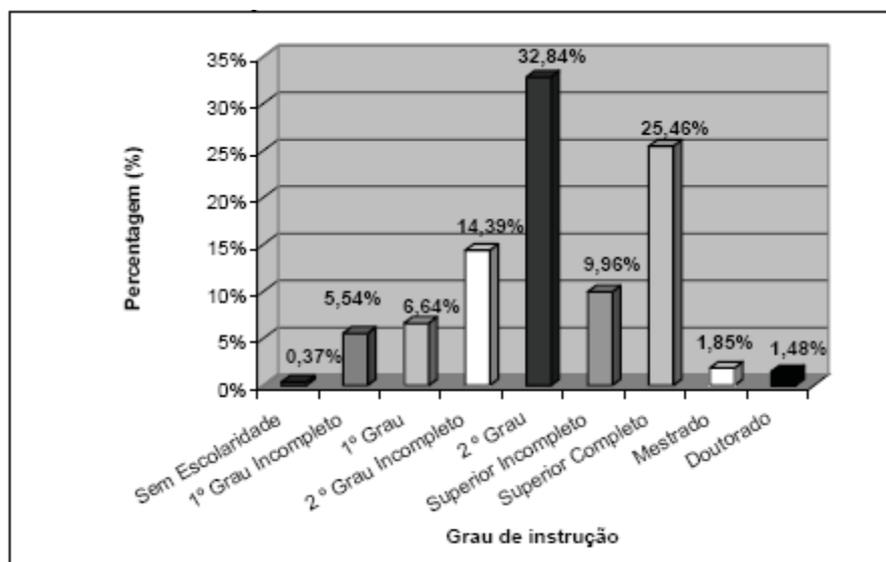
Figura 3: Local de hospedagem



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

A maior parte dos turistas ocupam a rede hoteleira/*campings* (63%). Outros 10% alugam imóveis. É necessária grande elasticidade de ocupação para abrigar quase o mesmo número de visitantes do que a população local.

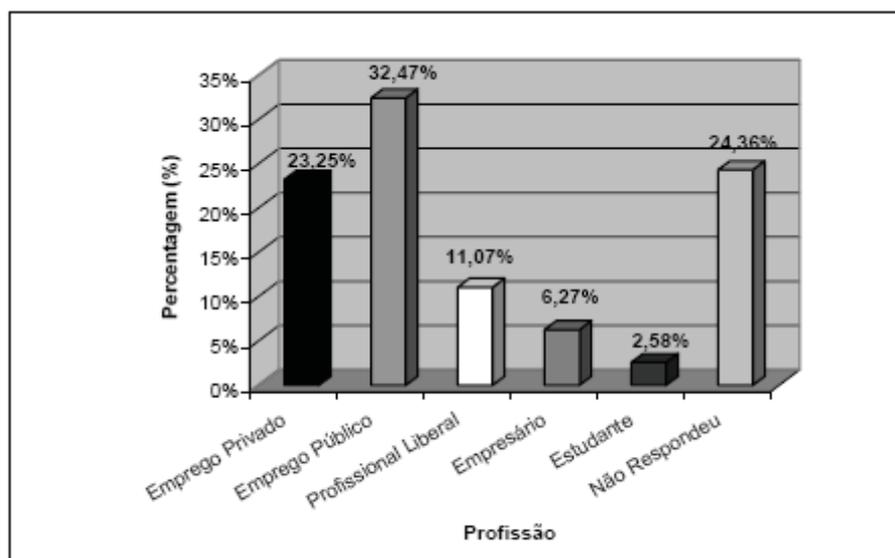
Figura 4: Grau de instrução



Fonte: AGETUR / Núcleo de Pesquisa

No quesito “grau de instrução”, o visitante de Pirenópolis também não se enquadra no perfil do “turista cultural” típico dos relatos de experiências internacionais. Cerca de 60% tem segundo grau ou menos. Isso porque essa festividade (a “Festa do Divino”) tem um caráter genuinamente popular.

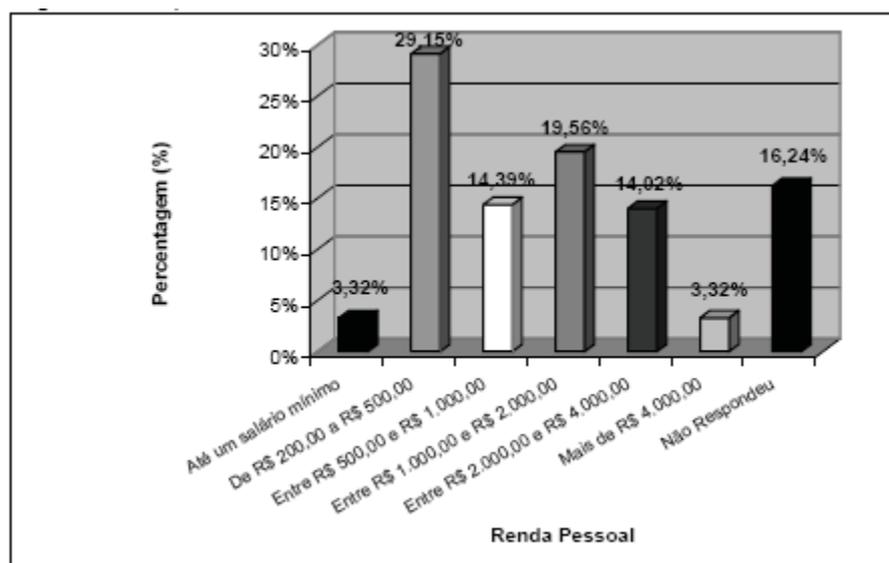
Figura 5: Profissão



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

Chama a atenção a grande proporção de empregados do serviço público, mas isto se deve à proximidade de Pirenópolis em relação à Capital Federal (cerca de 140 km), sendo condizente com o perfil ocupacional da população da região.

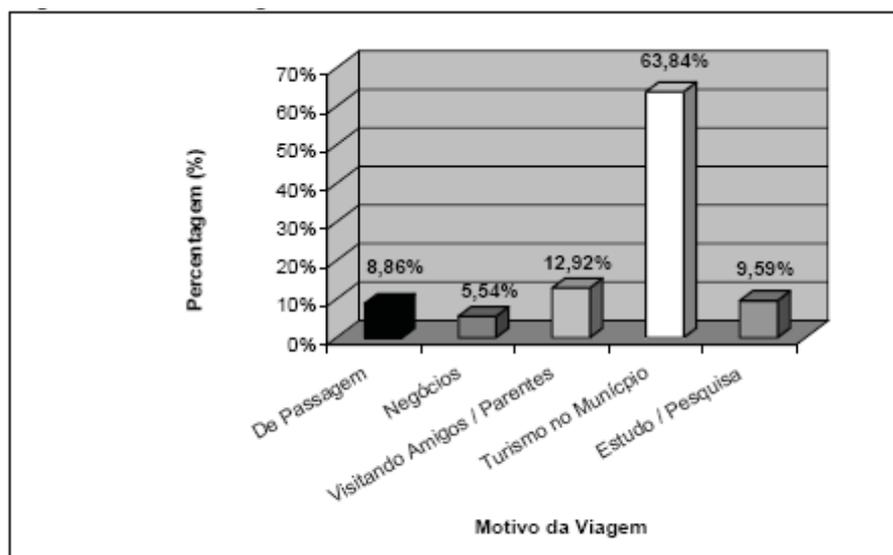
Figura 6: Renda pessoal



Fonte: AGETUR / Núcleo de Pesquisa

A renda pessoal dos visitantes de Pirenópolis é consistente com o perfil observado do grau de instrução. Cerca de 30% auferem renda na faixa entre R\$200,00 e R\$ 500,00 e 47% até R\$2000,00. Isso pode mostrar que Pirenópolis é um caso bem-sucedido de turismo cultural mais “democrático”, no sentido de que foge da correlação positiva entre procura por atrações culturais e nível de renda usualmente encontrada na literatura.

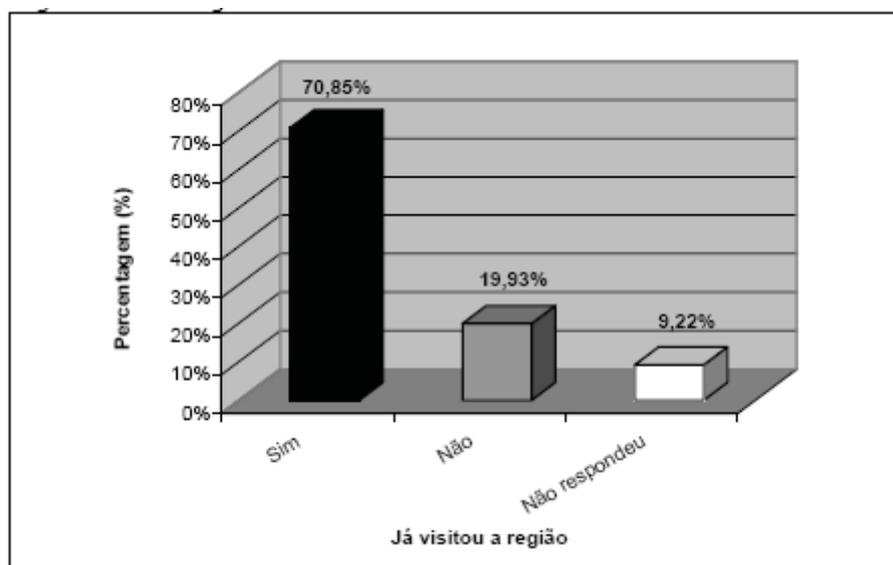
Figura 7: motivo da viagem



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

O motivo da viagem que mais aparece nas respostas dos entrevistados é “turismo no município” – ou seja: trata-se de viagem de lazer.

Figura 8: Visitas anteriores à região

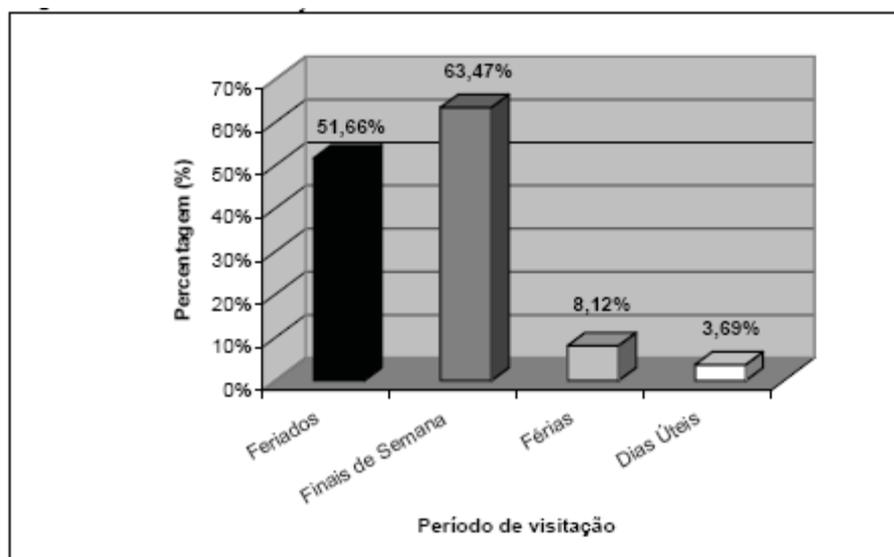


Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

Um número significativo de visitantes (70,85%) já havia visitado a região. Este é um traço positivo, na criação da sinergia entre turismo e cultura, uma vez que favorece a criação de vínculos mais consistentes do visitante com

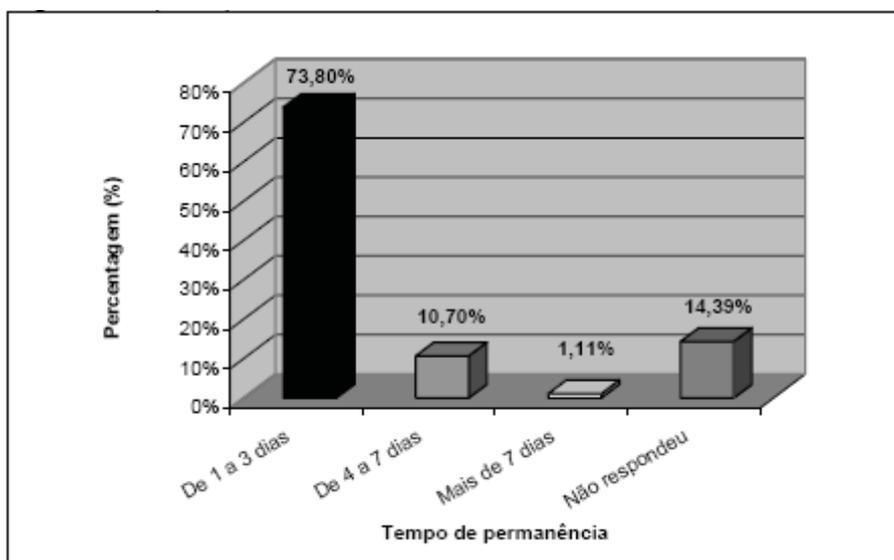
o local. Esse dado também é consistente com a satisfação demonstrada pelos visitantes com relação à experiência (figura 15).

Figura 9: período de visitação



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

Figura 10: Tempo de permanência

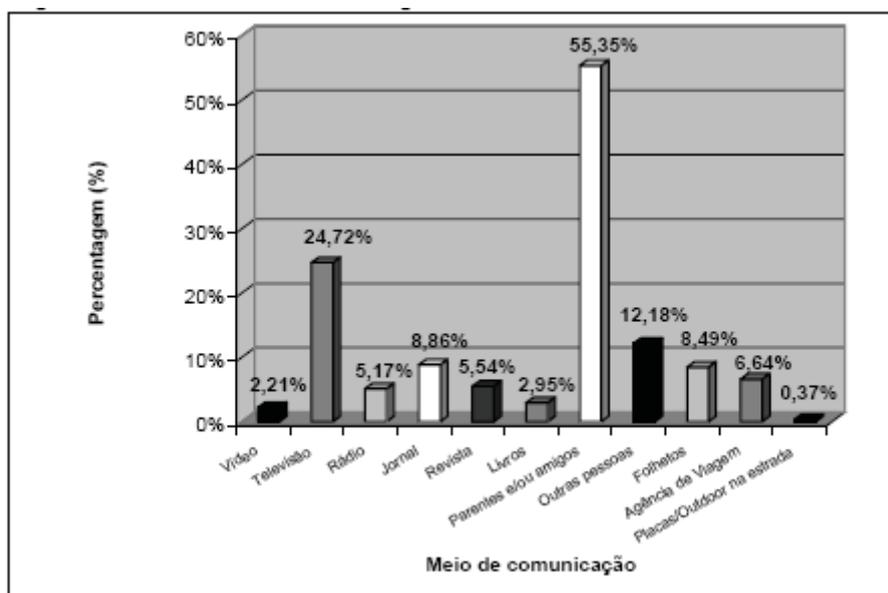


Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

As figuras 9 e 10 mostram que a maioria das viagens é curta, com tempo de permanência de 1 a 3 dias (73,8%) e em fins de semana (63,47%). Esse padrão é condizente com o das viagens de turismo cultural - e difere do

observado nos destinos de “praia e sol”, em que o tempo de permanência é maior.

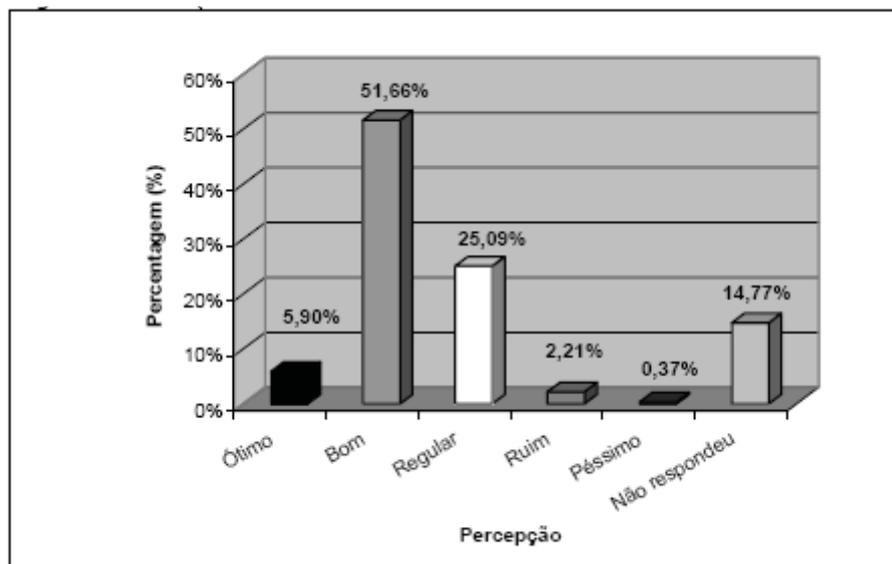
Figura 11: Meio de comunicação (como ficou sabendo da região)



Fonte: AGETUR / Núcleo de Pesquisa

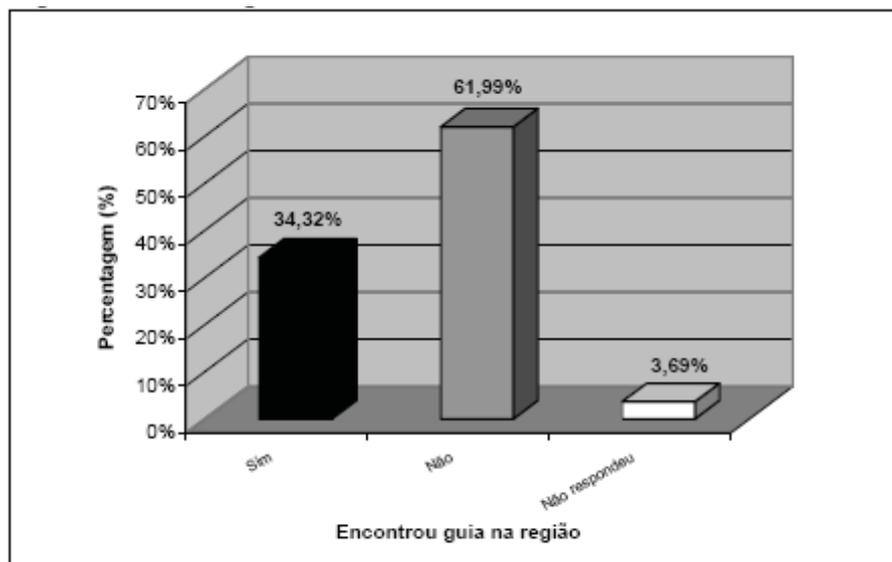
A maior parte dos visitantes ficou sabendo da região por meio de amigos ou parentes (55,35%). Um percentual também não desprezível soube por meio da televisão (25%). Chama a atenção o percentual relativamente baixo de pessoas que ficaram sabendo por meio de agências de viagem (6,64%) ou sinalização turística na estrada (0,37%), indicando que há espaço para melhoria do sistema de informações. A figura 12 mostra que a sinalização turística é considerada apenas regular ou ruim por 28% dos visitantes.

Figura 12: Avaliação do turista sobre sinalização das atrações turísticas



Fonte: AGETUR/Núcleo de Pesquisa

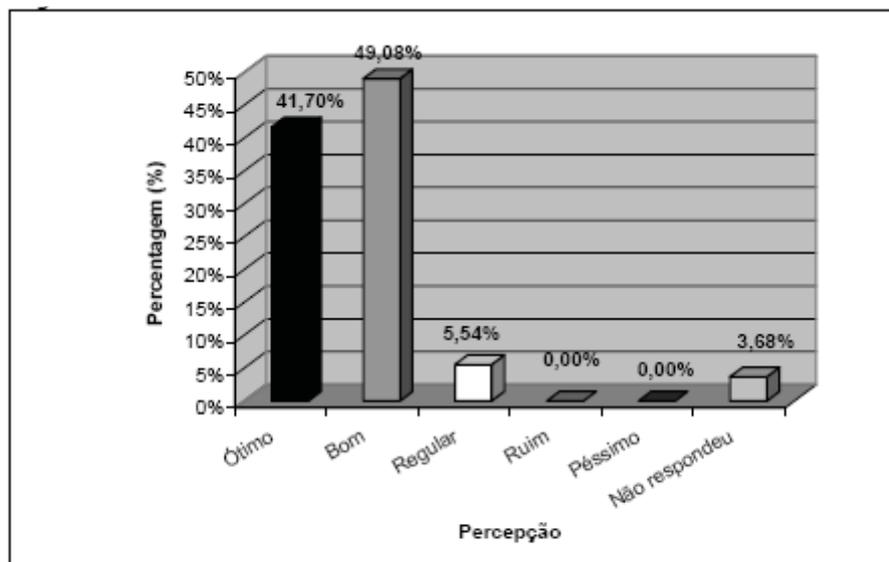
Figura 13: Acesso aos guias



Fonte: AGETUR/ Núcleo de pesquisa

Ainda no tocante aos serviços de informação, 62% dos visitantes não encontraram nenhum guia na região. Parece haver espaço para o desenvolvimento dessa atividade, o que beneficiaria tanto os turistas quanto membros da comunidade local.

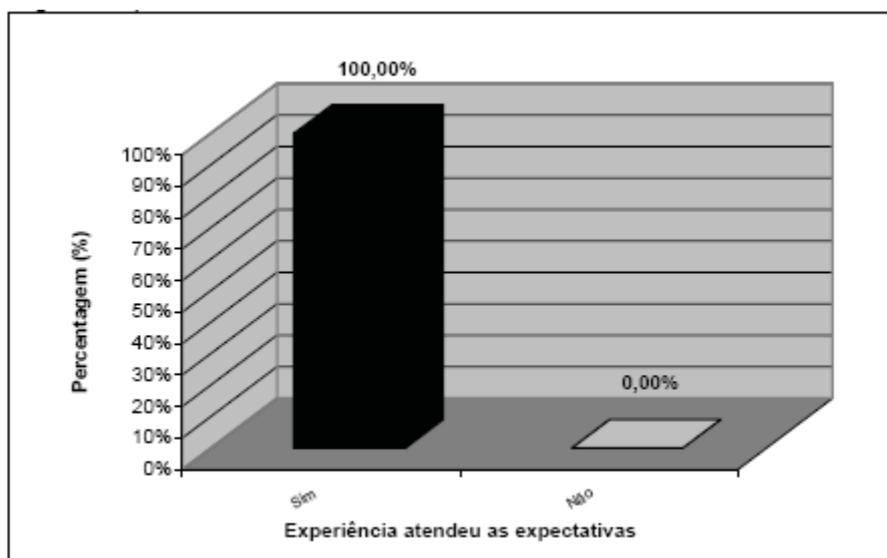
Figura 14: Avaliação do turista sobre patrimônio histórico



Fonte: AGETUR/Núcleo de Pesquisa

A avaliação do turista sobre patrimônio histórico é, para 91% dos visitantes, ótima ou boa. Esse, certamente, um elemento importante para explicar a avaliação da experiência de turismo em Pirenópolis na época das Cavalhadas, 100% positiva (figura 14).

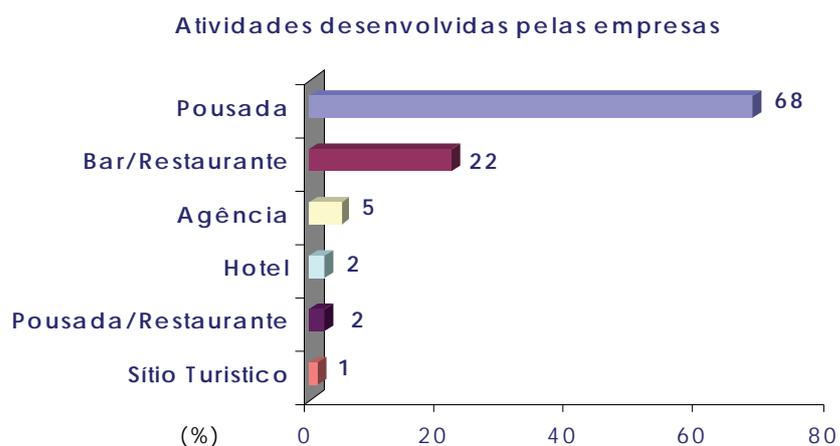
Figura 15: Avaliação do turista sobre a experiência



Fonte: AGETUR/ Núcleo de Pesquisa

3) Perfil da oferta: Pesquisa SEBRAE. Pesquisa T zero - Projeto GEOR - Desenvolvimento do Turismo em Pirenópolis. Agosto de 2005. Disponível no site: <http://www.pirenopolis.tur.br/arquivo/ApresentacaoPesquisaTurismoPirenopolis.ppt>

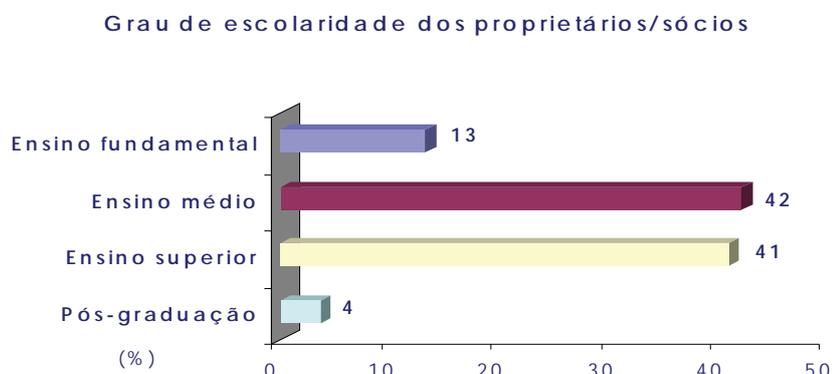
Figura 1: Atividades ligadas ao turismo



Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

A figura 1 mostra as várias atividades das empresas da amostra, que compreende quase a totalidade das empresas locais do setor de turismo. A maior parte da amostra é formada por pousadas (68% das empresas analisadas).

Figura 2: Grau de escolaridade dos proprietários

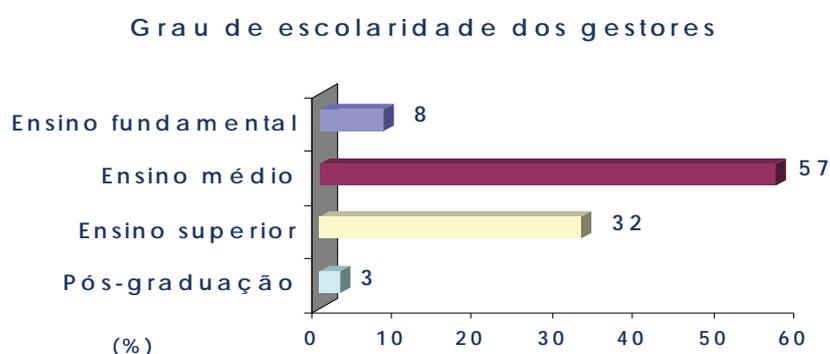


Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

O grau de escolaridade dos proprietários ou sócios, assim como o dos gestores é predominantemente (55%) até ensino médio. Entre os gestores, essa tendência se acentua: 65% dos entrevistados tem ensino fundamental ou médio (figuras 2 e 3).

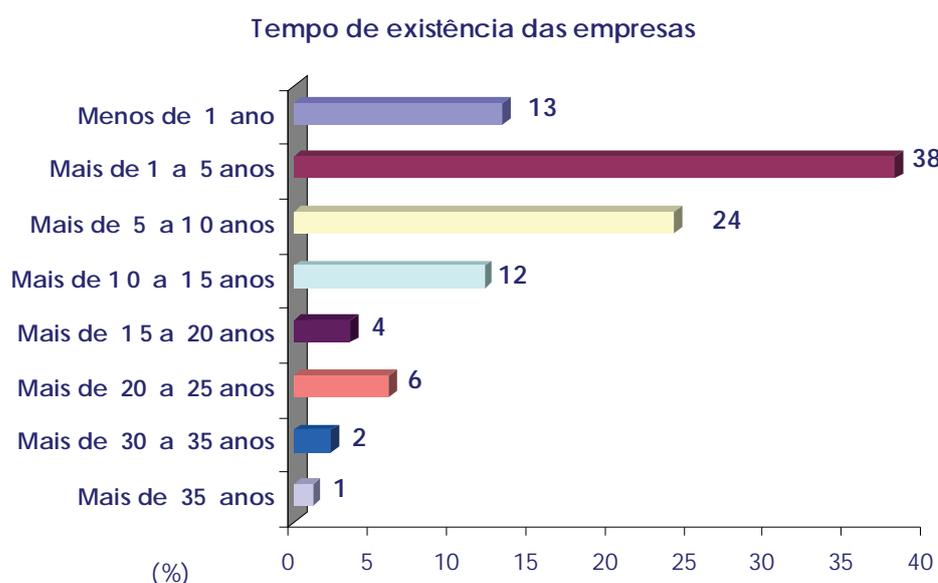
Esse é um traço positivo da exploração do turismo em Pirenópolis: as oportunidades de empreendimento não ficam restritas às pessoas de alta qualificação, como se observou em vários estudos de casos - em que a atividade turística mostrou ter um caráter acentuadamente excludente.

Figura 3: grau de escolaridade do Gestor



Fonte: Pesquisa Sebrae/2005
Base: 37 empresas com gestores

Figura 4: Tempo de existência das empresas



Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

As empresas são predominantemente jovens (75% têm menos de 10 anos), o que é consistente com a história da localidade. Com efeito, conforme se viu na introdução deste anexo, Pirenópolis ficou relativamente “esquecida” até o início dos anos oitenta. Ela foi tombada patrimônio histórico em 1989 pelo IPHAN. Somente durante a década de 1990 o turismo passou a ser a principal fonte de renda da população urbana. Toda a infra-estrutura de turismo é desta década. O maior empreendimento de recepção turística, a pousada dos Pireneus, foi inaugurado em 1991 e somente em 1997 se inicia um processo de revitalização do centro histórico com a restauração das igrejas, a reconstrução do Cine-pireneus (originalmente construído em 1930), a reforma do Theatro de Pirenópolis (construído em 1899) e, a partir de 2002, a instalação subterrânea da fiação elétrica (do centro histórico).

Figura 5: Divulgação



Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

O quesito “planejamento de mídia” refere-se à forma de divulgação do empreendimento. 92% dos entrevistados responderam que realizavam planejamento de mídia. No entanto, quase todos utilizam o cartão de visitas como principal instrumento de divulgação. De forma consistente com o que se viu na pesquisa que caracterizou o perfil e as impressões dos turistas de Pirenópolis, parece ainda faltar um sistema mais abrangente de informações turísticas.

Figura 6: Participação em atividades de formação profissional (palestra/cursos)



Dos 48% que participaram de atividades de capacitação profissional, 93% foram palestras ou cursos ministrados por técnicos do Sebrae. Um dos eixos fundamentais para o desenvolvimento do turismo sustentável é justamente o treinamento e capacitação profissional. Um ponto importante é incluir nesses treinamentos a preocupação com a preservação do patrimônio histórico e cultural da localidade, não se limitando apenas a métodos de gestão eficiente de recursos. Uma das linhas de ação coordenadas pelo Sebrae é a organização cursos para guias da região.

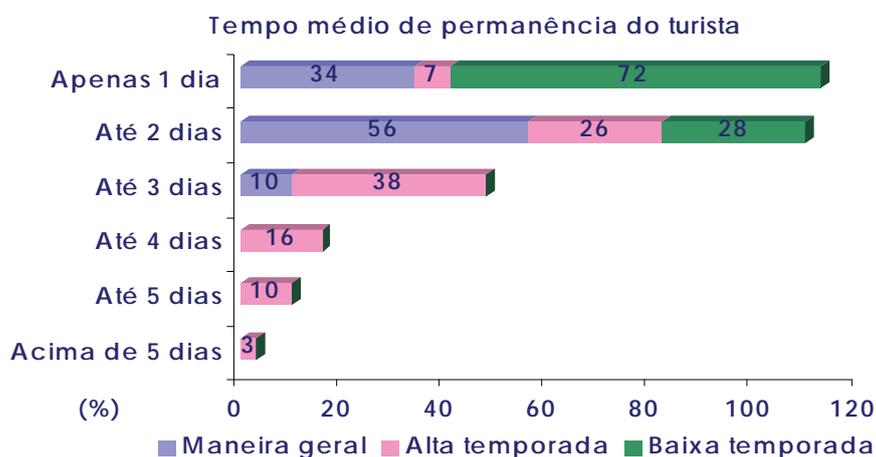
Figura 7: comercialização de artesanato



A figura 7 mostra que somente uma minoria dos empreendimentos turísticos comercializa artesanato local. Há espaço, portanto para a formação de parcerias entre os serviços de turismo e o artesanato local, o que poderia

ter efeitos benéficos tanto para o fluxo de turistas – uma vez que esse artesanato poderia ser incluído no “produto cultural” oferecido pela comunidade, quanto para os produtores locais.

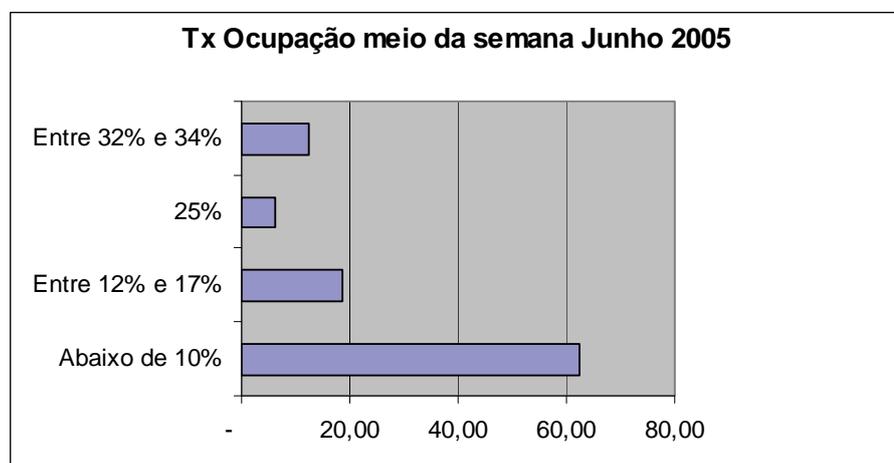
Figura 8: Permanência do turista



Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

Base: 61 hotéis/pousadas/sítio turístico

Figura 9: taxa de ocupação – baixa temporada



O tempo médio de permanência do turista muda de acordo com a temporada (figura 8). Na baixa temporada, uma parcela grande permanece apenas um dia. Por isso, um dos objetivos deste programa do Sebrae é estruturar ações que elevem a taxa de ocupação dos empreendimentos em 15% nos períodos de baixa temporada (meio da semana nos meses de Junho,

Agosto e Novembro). A figura 9 mostra a taxa de ocupação em um período de baixa temporada. De fato, mais de 60% dos entrevistados responderam que esta é de apenas 10%. Dentre as linhas de ação elencadas pelo Sebrae, está um plano de *marketing* e um plano de realização de novos eventos para baixa temporada (já existe um festival de cinema que vem ganhando vulto, e outros eventos vêm sendo estudados).

Figura 10: Número de pessoas ocupadas nos estabelecimentos

Período	Número de pessoas ocupadas
Alta Temporada	565
Baixa Temporada	447

Fonte: Pesquisa Sebrae/2005

A figura 10 mostra que o número de pessoas ocupadas nos estabelecimentos aumenta em 26,3% dos períodos de baixa temporada para os períodos de alta temporada. Considerando que este número não inclui outros estabelecimentos (como os de venda de artesanato) que, embora não estejam classificados diretamente como “serviço de turismo” são evidentemente muito influenciados pelo fluxo de turistas, tem-se um noção do impacto desta atividade como fonte de renda para a comunidade¹³.

4) Síntese dos principais resultados - Pirenópolis

A análise da demanda a partir de dados da AGETUR mostrou que o visitante de Pirenópolis na época das cavalhadas é predominantemente jovem, com grau de instrução e nível de renda relativamente baixos. Com já se observou, isso indica que o turismo cultural pode e deve ser tomado como um ramo do turismo que pode contemplar faixas populacionais fora dos padrões normalmente encontrados na literatura sobre o tema – com faixa etária mais avançada e maiores níveis de escolaridade e renda.

¹³ Dados do IBGE sobre o município de Pirenópolis mostram que o valor adicionado pelo setor de serviços corresponde a 36% do PIB do município.

O período de visitação é pequeno, preferencialmente nos finais de semana, o que condiz com o padrão observado das viagens de turismo cultural, fora dos pacotes de viagem estandardizados do paradigma “praia, coqueiro e sol”, aludido nas seções I e II dessa nota técnica.

A avaliação dos turistas sobre a experiência e sobre o patrimônio histórico é muito boa. Há indicações, no entanto, que há espaço para melhora do sistema de informações e orientação, o que pode ter impacto positivo sobre a demanda e significar oportunidades de ocupação para a comunidade local.

A análise da oferta, a partir da pesquisa SEBRAE, mostrou que os empreendimentos ligados ao turismo em Pirenópolis oferecem oportunidades para a comunidade local. Não se verifica, nessa localidade, o que ocorre em vários estudos de caso em comunidades que passaram, a partir de um determinado momento de sua história, a ter a sua renda derivada essencialmente dessa atividade: a exclusão dos representantes das comunidades locais em favor de pessoas de fora da comunidade, com maior grau de instrução e poder aquisitivo.

Tanto o estudo da demanda quanto o da oferta revelam que há espaço para promover melhorias do sistema de informações turísticas, o que pode abrir outras oportunidades de ocupação para a comunidade local, além de ter um possível efeito benéfico sobre a demanda por serviços turísticos da região.

Muito importante, também, é o desenvolvimento de programas de capacitação profissional que envolvam não somente treinamento em capacidade de gestão, mas também conscientização sobre a necessidade de preservação do patrimônio histórico e cultural da região.

Um problema percebido pelos empreendedores da região relaciona-se ao baixo movimento no período de baixa temporada. De fato, para que o turismo seja uma atividade que se sustente como principal fonte de renda da comunidade, é preciso encontrar formas de incrementar o turismo na baixa temporada. Programas como o do Sebrae são importantes, assim como a promoção de alianças com entidades culturais para a promoção de novas atrações nesses períodos. Além disso, há espaço para desenvolver parcerias

entre os ofertantes de serviços de turismo e os artesãos locais, com efeitos benéficos a ambos.

Cabe notar, ainda, que a comunidade de Pirenópolis é muito atuante e participativa nas tomadas de decisão que envolvem a vida econômica e social do município, tendo inclusive criado um fórum de discussão¹⁴ em que se discutem problemas relativos à cidade. Recentemente, ocorreu uma discussão sobre o número excessivo de pessoas no carnaval deste ano, que teria causado poluição ambiental. Houve um demanda por parte de moradores sobre a elaboração de um plano de turismo de iniciativa da prefeitura que controlasse esses excessos.

Há que se ressaltar que, por fim, Pirenópolis tem participado do programa “agenda 21 local”¹⁵ ainda em fase de implementação. Como se sabe, a agenda 21 é um programa de ação proposto durante a conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – Rio 92, no Rio de Janeiro. O Brasil é signatário do documento com outros 170 países. A Agenda 21 constitui um instrumento para implementar um modelo de desenvolvimento sustentável, criado para dar subsídios à formulação de políticas públicas orientadas para tal fim. A implementação da agenda 21 nas comunidades receptoras de turismo (e não apenas com uma visão de preservação do patrimônio natural, mas também do histórico e cultural), e de forma participativa, tem sido apontada¹⁶ com um ponto de fundamental importância para a construção de um modelo sustentável de turismo.

¹⁴ Acessável em <http://www.pirenopolis.tur.br/site/index.php?id=forum>

¹⁵ Para maiores informações ver <http://www.agenda21pirenopolis.com.br/a21.php>

¹⁶ Ver Santos, 2006.

Seção 7. Síntese dos principais resultados e conclusões

1) Síntese dos principais resultados

Essa nota técnica tem muito mais o propósito de ajudar a levantar questões importantes para a avaliação do segmento de turismo cultural no Brasil e para o desenho de políticas públicas do que o de trazer respostas. Isso porque a construção de um banco de dados sobre o tema ainda é um dos desafios a enfrentar. Por isso, o que se fez foi basicamente uma revisão da literatura internacional e nacional sobre o tema de modo a contribuir para organizar a discussão. Ao lado disso, foi feito um levantamento dos principais pontos de demanda de turismo cultural no Brasil, a partir de informações do próprio Ministério do Turismo, complementadas com informações das secretarias estaduais (em alguns casos, municipais) de turismo e cultura de todos os estados brasileiros. Ocasionalmente, as informações assim obtidas foram ainda complementadas com outras, oriundas de *sites* de guias turísticos. Os resultados encontram-se no *anexo*.

Além disso, foi feita uma análise dos dados sobre fluxos nacional (pesquisa Prodetur II) e internacional (pesquisa Fipe/Embratur) de turistas, procurando extrair algumas reflexões sobre o segmento de turismo cultural no Brasil.

Por fim, tomou-se o exemplo de Pirenópolis para mostrar que a sinergia entre turismo e cultural pode ser muito benéfica a ambos. Infelizmente, não foi possível a coleta de dados primários para realizar tal estudo de caso. Optou-se, então, por utilizar os dados de duas pesquisas (AGETUR e SEBRAE), para traçar um perfil da demanda e da oferta de serviços de turismo nesta localidade.

Os principais resultados obtidos são resumidos a seguir:

- A primeira seção deste documento mostrou que a delimitação do segmento “turismo cultural” é complexa, e baseia-se na *motivação do viajante*: ter a experiência de entrar em contato com outras culturas.
- A seção 2 mostrou que este segmento vem crescendo, por diversas questões, relacionadas tanto ao lado da demanda (busca do “particular” em um mundo globalizado, diminuição do emprego formal da era do *welfare state* com períodos pré-determinados de férias) quanto do lado da oferta (mudança da estratégia de competitividade, do turismo “de massa” para o paradigma “enxuto”).
- A seção 3 apontou que o impacto do turismo sobre a cultura tanto pode ser benéfica (por trazer financiamento ou reavivar antigas tradições, por exemplo) quanto trazer sérios problemas (a “comodificação” do produto cultural oferecido, por exemplo).
- A seção 4 discutiu o conceito de turismo cultural sustentável e trouxe dois indicadores de sustentabilidade encontrados na literatura internacional. Mostrou que a participação da comunidade local (e seu “empoderamento”¹⁷) é essencial para a construção de estratégias de turismo cultural sustentável. Sobre este tema os principais pontos levantados foram:
 - Importância de que a comunidade local mantenha controle e *propriedade* do produto cultural oferecido.
 - Participação da comunidade local na definição do produto cultural oferecido, para que não se construam estereótipos que em nada refletem a cultura local.
 - Necessidade de programas de educação tanto para a comunidade local quanto para os turistas, para

¹⁷ Termo utilizado por vários autores, para denotar a importância de que a população receptora tenha meios *efetivos* de participação.

conscientização da importância da preservação do patrimônio e identidade cultural da comunidade receptora.

- Participação da comunidade na construção de indicadores de sustentabilidade (especialmente o LAC- *limits to acceptable change*)
- A seção 5 discutiu o perfil da demanda por turismo cultural no Brasil. Ainda que não haja muita disponibilidade de dados discriminados para o segmento de turismo cultural, foi possível sugerir que este é um mercado em expansão no Brasil, e com várias possibilidades ainda a explorar. Dentre os turistas brasileiros, 12,5% responderam que o turismo cultural era uma das razões para a sua viagem (um número ainda consideravelmente menor que os que apontaram “sol e praia” (40%), mas que de qualquer forma já figura em terceiro lugar entre os respondentes). Entre os turistas estrangeiros, a razão “cultura” figura com apenas 5% das respostas. Há indicações de que i) Em nível nacional, há possibilidades de aumentar o fluxo de turismo inter-estadual (já que quase 50% é intra-estadual) e ii) para o turista internacional, o segmento de “turismo cultural” no Brasil ainda não é um grande atrativo.
- O *anexo* desta nota técnica traz um levantamento dos pontos de demanda por turismo cultural no país, por região e por estado da Federação. Mais do que um levantamento dos próprios locais, este trabalho serviu como um levantamento das informações disponíveis sobre turismo cultural no *sites* das secretarias estaduais (turismo/cultura) e, ocasionalmente, em fontes privadas também disponíveis na internet. Percebeu-se enorme disparidade da qualidade de informações disponíveis, segundo os estados examinados.
- A seção 6 desta nota técnica trouxe o exemplo de Pirenópolis como um caso bem-sucedido de turismo cultural no país. É bem sucedido porque, neste caso, a sinergia entre turismo e cultura mostrou-se

muito benéfica a ambos. De um lado, a cultura é o principal atrativo dos turistas ao município, tanto pelo patrimônio histórico quanto pelas manifestações artísticas folclóricas que ali ocorrem. De outro, o turismo tem garantido fluxos de recursos ao município, que permitiram a revitalização do patrimônio histórico e cultural e, além disso, constitui-se na principal fonte de renda da população local. Ademais, sugeriu-se que se trata de um caso que tem características sócio-econômicas includentes, contrariamente a vários encontrados na literatura internacional. O exame tanto do lado da demanda – com o perfil do “turista cultural” fugido do estereótipo de indivíduo de alta renda e elevado grau de educação – quanto do lado da oferta – com os empreendedores (e mesmo os proprietários/sócios) com relativo baixo grau de educação formal (condizente com o perfil da comunidade local) mostram que esse segmento atende às necessidade culturais e econômicas dos próprios moradores da região.

2) Conclusões: sugestões para a construção de um turismo cultural sustentável no Brasil.

A partir das informações coletadas, seguem algumas sugestões preliminares para o incremento do segmento de turismo cultural no Brasil. Há que se observar que se tratam de sugestões que não visam simplesmente melhorar a competitividade deste segmento, mas fazê-lo de forma a respeitar o princípio de sustentabilidade desta atividade. Essa visão vai ao encontro da própria visão dos programas regionais de desenvolvimento do turismo, expressa em documento recente do Ministério do Turismo¹⁸, em que se afirma que o turismo deve inserir-se numa perspectiva ampla, de instrumento de desenvolvimento das comunidades receptoras. Esse novo paradigma vem a substituir o antigo, no qual a relação entre a atividade turística e os locais de

¹⁸ Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza no Brasil: reflexões e perspectivas (2005)

recepção tinham natureza predatória, sem nenhuma consideração sobre os impactos ambientais, sociais e culturais da atividade.

No documento, lê-se:

“A atividade turística tem operado segundo a lógica dos negócios, com busca de retornos econômicos de curto prazo, o que termina por gerar (...): comprometimento do ambiente natural ou cultural dos destinos; aumento das desigualdades sociais das populações locais pela apropriação da prosperidade gerada; estímulo da dependência econômica das comunidades receptoras sem oferecer estímulo de longo prazo; e descaracterização das culturas locais, substituindo-se por formas estereotipadas que anulam o interesse turístico original”. (p.13)

Um outro traço do antigo paradigma, a ser substituído no novo modelo proposto, diz respeito ao protagonismo da atividade de turística. No antigo modelo, o sujeito da atividade é o turista, cuja satisfação é a finalidade última dos negócios turísticos. Embora evidentemente este aspecto não possa ser deixado de lado, o sujeito do empreendimento deve mudar: passam a ser todos os participantes da cadeia produtiva do turismo – incluindo-se, de forma privilegiada – representantes da comunidade local, especialmente dos segmentos de mais baixa renda.

O desenvolvimento do setor de turismo cultural deve ser objeto de planejamento em âmbito nacional, mas também – e talvez principalmente – em nível local. Seguem sugestões de objetivos a serem perseguidos na definição de uma política de desenvolvimento do segmento de turismo cultural no Brasil:

- Incremento do sistema de informações sobre os pontos de turismo cultura, com comprometimento das Secretarias estaduais de Turismo e Cultura de cada um dos estados da Federação.
- Incremento do sistema sinalização turística: esse ponto foi levantado por quase todas as pesquisas sobre o tema envolvendo avaliações dos próprios turistas.

- Capacitação profissional para área de turismo: os cursos de guia de turismo especializados em “atrativos culturais” são poucos¹⁹ (20, precisamente) e localizados nas regiões Sul e Sudeste (8 deles localizam-se em Santa Catarina). O número de cursos de Bacharelado em turismo aumentou sensivelmente nos últimos anos, seguindo a explosão do ensino superior privado. No entanto, nota-se também uma grande concentração regional: dos 168 cursos existentes, 80 localizam-se na região SE (SP principalmente). A expansão e desconcentração espacial da rede de ensino em turismo – com ênfase para as correlatas questões da sustentabilidade ambiental, social e cultural – é de fundamental importância. A capacitação dos profissionais de turismo é especialmente benéfica se for voltada para membros da comunidade local, para os quais podem abrir-se possibilidades de empreendimentos próprios ou de empregos.
- Programas de educação das comunidades receptoras: a educação das comunidades receptoras sobre relação entre turismo e cultura é tão ou mais importante quanto aquela voltada à capacitação dos profissionais de turismo. Com efeito, uma comunidade educada – desde o ensino fundamental – sobre a importância da preservação do patrimônio histórico e cultural terá consideravelmente maiores condições de participar do planejamento e gestão do ramo de turismo – e já vimos que essa participação é condição *sine qua non* para a construção de estratégias de turismo sustentável.
- “Empoderamento” das comunidades locais para participação efetiva em fóruns de decisão sobre desenvolvimento do turismo cultural: sistema de treinamento e financiamento para comunidades locais. Como foi visto na seção 5 desta nota técnica, esse “empoderamento” tem várias facetas complementares. Os cursos de capacitação profissional são importantes para que a própria comunidade faça

¹⁹ Os dados que seguem encontram-se no documento “estatísticas básicas do turismo 2000-2005”, disponível no *site* do Mtur.

parte da cadeia produtiva do turismo. Mas, além disso, há outros condicionantes para a garantia de uma participação efetiva da comunidade, que dizem respeito à estrutura da propriedade dos serviços e produtos de turismo. É importante que a comunidade local continue a dispor do controle sobre os produtos culturais que ela oferece. Para tanto há necessidade de programas de financiamento que vão além de políticas compensatórias: políticas estruturais, como política de concessão de crédito²⁰ e apoio à microempresa²¹.

- Marketing participativo: Conforme se notou também na seção referente ao conceito de turismo sustentável, é fundamental que a comunidade tenha participação na própria formatação do que seja o “produto cultural” oferecido, para que este não seja uma expressão caricata da cultura daquela localidade.
- Integração entre turismo e artesanato: na definição do “produto cultural”, é desejável uma integração com os produtos de artesanato local. Essa integração pode ser benéfica tanto para a demanda de turismo, quanto para a comunidade receptora. A promoção de parcerias entre os serviços de turismo e cooperativas de artesanato local é muito importante.
- Expansão da implementação da agenda 21 local: parece consenso que a expansão da implementação da agenda 21 local para outras localidades além das já existentes seja um ponto de fundamental importância para a formatação de um programa de desenvolvimento sustentável de turismo. Essa é uma tarefa que exige o comprometimento dos poderes públicos em nível local.
- A expansão da infra-estrutura básica de turismo: a expansão da infra-estrutura básica de turismo para a recepção dos visitantes é de fundamental importância, sendo inclusive um condicionamento da

²⁰ Esta proposta também figura no documento “turismo e alívio da pobreza” supracitado. O crédito direcionar-se-ia, por exemplo, a programas de regularização fundiária – ou seja, a formalização da propriedade de bens imóveis rurais ou urbanos – ou o financiamento para a abertura ou manutenção de pequenos empreendimentos na área do turismo.

²¹ Apoio à formação de cooperativas, por exemplo.

demanda por esses serviços. No entanto, essa expansão deve ser feita tendo em vista dois componentes fundamentais: em primeiro lugar, a inclusão da própria comunidade local na oferta desses serviços, já aludida neste documento; em segundo lugar, o desenvolvimento da infra-estrutura de turismo não pode dar-se *em detrimento* da infra-estrutura básica que permita manter e incrementar a qualidade de vida dos receptores (escolas, hospitais, etc). O exemplo de Veneza, citado na seção 5 desta nota técnica chama a atenção para este ponto.

- Construção participativa de indicadores de desempenho: a construção de indicadores que permitam avaliar os impactos da atividade de turismo sobre a comunidade local - e, no que diz respeito a essa nota técnica, sobre a preservação de sua identidade cultural deve dar-se com a participação das comunidades locais. Portanto, essa tarefa também exige o envolvimento dos poderes públicos locais.
- Avaliação dos programas de desenvolvimento: além dos indicadores que permitem colocar limites ao fluxo de turistas ou ao grau de mudança aceitável, é fundamental construir avaliações dos próprios programas de desenvolvimento do turismo, através de critérios que incluam, de forma privilegiada, a contribuição dessa atividade para a inclusão social, para a melhora da distribuição de renda, para a preservação e valorização do patrimônio histórico e cultural da localidade - com, evidentemente, preservação ambiental.
- Ampliação/estruturação cuidadosa dos programas de recuperação do patrimônio histórico: a experiência do Prodetur I na área de preservação do patrimônio cultural mostrou que, embora o volume de recursos empenhado tenha até superado o inicialmente planejado, houve obstáculos principalmente ligados a problemas de gestão das áreas revitalizadas - especialmente aquelas com foco no turismo, à falta de comprometimento em relação a garantias de manutenção periódica dos sítios/áreas revitalizados, e a dificuldades para atingir

os indicadores sócio-econômicos inicialmente planejados. Diante disso, houve mudanças no regulamento operacional para a segunda fase do Prodetur, no sentido de aumentar o rigor na elaboração e análise de projetos, tanto no aspecto de viabilidade financeira quanto no dos impactos sócio-ambientais.

- Elaboração de estudos de caso em cada estado, nos principais pontos de atração de turismo cultural: esse ponto é uma sugestão de pesquisa, para coleta de dados primários sobre os impactos do turismo no patrimônio histórico e cultural das comunidades receptoras bem nas suas condições sócio-econômicas e ambientais. É fundamental incluir nos questionários aplicados questões que para avaliar como a comunidade local enxerga o efeito do turismo sobre seu patrimônio histórico e cultural.

BIBLIOGRAFIA

- Andrade, J. R. de Lima. *Uma contribuição à análise econômica da demanda por turismo*. Tese de Doutorado. ECA/ USP, São Paulo, 2002.
- Apostokalis, A. The convergence process in heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30 (4), 795-812, 2003.
- Carpenter, G. Collaborating to address cultural tourists' interests for experience. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, Vol. 2, No. 1, 2004. Disponível no site <http://ertr.tamu.edu>
- Figueiredo, A.M.L. A função turística do Patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural. *Caderno Virtual de Turismo - IVT*, n.18, Dezembro de 2005.
- Guin, D. *Unpacking he baggage: tales of tourism*. Burnaby: Simon Frasier University, 1998.
- Irving, M.; Bursztyn, I; Sancho, A.P.; Melo, G. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. *Caderno Virtual de Turismo - IVT*, n.18, Dezembro de 2005.
- Liu, Z. Sustainable tourism development: a critique. *Journal of sustainable tourism*, 11(6), 459-475, 2003.
- MacDonald, G. M. E. *Unpacking Cultural Tourism*, Thesis in Master of Arts in the School of communication, Simon Fraser University, Canada, 2004.
- Menezes, J. S. O turismo cultural como fator de desenvolvimento na cidade de Ilhéus. Disponível no site <http://alpha.uesc.br/icer/home.htm>.
- Ministério do Turismo - Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento de Turismo/Depto de Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo, *Turismo Sustentável e alívio da pobreza no Brasil: Reflexões e perspectivas-*, Outubro de 2005.
- Mowforth, M. e Munt, I. *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. New York: Routledge, 1998.
- Moser, G. *Proposta de planejamento de turismo cultural em um comunidade de interior: o bairro de Bela Aliança*. Dissertação De Mestrado em Turismo e Hotelaria.Santa Catarina.
- Muñoz, R.V. turismo cultural: la experiencia mexicana. *Caderno Virtual de Turismo - IVT*, n.18, Dezembro de 2005.

- NWHO *Sustainable tourism and cultural heritage: a review of development assistance and its potential to promote sustainability*. Norway: NWHO,1999.
- Oliveira, A.C. A Atividade Turística e seus efeitos à população local: um paradoxo. *Caderno Virtual de Turismo -IVT*, n.16, Junho de 2005.
- Oliveira, L.A . Mapeamento Semântico do Turismo Sustentável (Arquitetando um novo país). *Boletim técnico do Senac. Vol 30, n.1 Jan/abr 2004*. Disponível no site. <http://www.senac.br/informativo/BTS/301/boltec301b.htm>
- Pacheco, A. L. Camphora, Comunidades receptoras locais e comunidades de turistas: redimensionando responsabilidades para um turismo sustentável. *Boletim técnico do Senac. Vol 30, n.1 Jan/abr 2004*. Disponível no site. <http://www.senac.br/informativo/BTS/301/boltec301a.htm>
- Poon, A. *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. New York: CABI publishing, 1993.
- Richard, G. The scope and significance of cultural tourism. In Richards, *Cultural Tourism in Europe*, p. 19-45. Wallingfont: CAB International.1996.
- Russo, A. P. (1999) Venice: Coping with cultures vultures. *The UNESCO Courier*, 52 (7), p.42-43
- Santos, S.A. de Jesus, Turismo sob a ótica da sustentabilidade, *Boletim técnico do Senac.Vol 30, n.1 Jan/abr 2004* Disponível no site <http://www.senac.br/informativo/bts/index.asp>, acessado em 20/08/2006.
- Silveira, J.J.C *Em busca da identidade perdida - subsídios para uma política integrada de comunicação em turismo cultural*, Dissertação De Mestrado em Turismo e Hotelaria.Santa Catarina.
- Unesco. *Cultural tourism*. Download de 5/10/2004 no site <http://portal.unesco.org/culture>
- Waite, G. Consuming heritage: Perceived historical authenticity. *Annals of tourism reseach*, 27 (4), p. 835-862, 2000.
- Williams, P. e Gill, A. Tourism carrying capacity management issues. In W.F. Theobald, *Global Tourism*, pp 231-246. Woburn: Butterworth-Heinemann, 1998.

World Tourism Organization (WTO). *Cultural Heritage and Tourism Development - A Report on the International Conference on Cultural Tourism.*, Madrid, 2001.

World Tourism Organization (WTO). *City Tourism and Culture: the European experience* (2005).

WTTC Earth Council - *Agenda 21 for the travel & tourism industry: Towards environmentally sustainable development.* London, 1995.

ANEXO

Principais pontos de demanda cultural no Brasil

Norte.....	1
Nordeste.....	13
Centro-Oeste.....	34
Sudeste.....	42
Sul.....	50

NORTE

ACRE

Região turística que o roteiro perpassa: **Vale do Acre**

Nome do roteiro turístico: **Rota turística Caminhos de Chico Mendes**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Rio Branco**
- 2- Senador Guimard**
- 3- Capixaba**
- 4- Xapuri**

Essa rota turística do Acre segue os passos do sindicalista Chico Mendes que morreu defendendo a floresta e o modo de vida seringueiro. Chico Mendes foi assassinado em Xapuri, uma das cidades por onde passa o roteiro, e até sua morte lutou para proteger grande parte da área verde do estado.

A rota propõe aos turistas um passeio pela história do Acre, junto a uma apreciação do meio ambiente e do ecoturismo do estado.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www2.uol.com.br/pagina20/01062006/c_0501062006.htm

<http://asn.interjornal.com.br/site/noticia.kmf?noticia=3409925&canal=205>

AMAZÔNIA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Pólo Sateré/ Tucandeira**

2- Pólo Manaus/ Encontro das Águas

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Boi Bumbá**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Maués
- 2- Parintins
- 3- Manaus

Em Parintins, uma ilha fluvial localizada no leste do Amazonas, a 325 quilômetros de Manaus, ocorre anualmente, no final do mês de Junho, com duração de três dias, o Festival Folclórico de Parintins, a mais conhecida manifestação popular da região Norte. Aproximadamente 35000 pessoas do país inteiro prestigiam o evento todo ano, que é uma explosão folclórica, também conhecida por “festa dos bois”, devido à apresentação no Bumbódromo, uma arena construída no meio da selva amazônica, de dois bois bumbás: Garantido e Caprichoso.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.brasilfolclore.hpg.ig.com.br/boibumba.htm>

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_AM_boi_bumba.html

<http://www.brasilviagem.com/materia/?CodMateria=58&CodPagina=204>

<http://www.amazonastur.am.gov.br/noticia.php?xcod=2241>

PARÁ

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Belém**

2- Pólo Marajó

Nome do roteiro turístico: **Amazônia do Marajó**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Belém
- 2- Salvaterra
- 3- Soure

O roteiro 'Amazônia do Marajó' inclui passeios por Belém, Salvaterra e Soure. O roteiro destaca os aspectos culturais de Belém e atrativos naturais da região do Marajó, onde Soure deve expressar a Amazônia mística. De maio a janeiro, os passeios pela ilha permitem desde a experiência em praias de água doce até o contato com vestígios de civilizações pré-colombianas. Toda essa aventura parte de Soure e Salvaterra, ao leste da grande Ilha do Marajó. As tradicionais festas de Boi-Bumbá, o ritmo contagiante do Carimbó e as quadrilhas são marcas registradas nessas cidades. As ruas, teatros, igrejas e museus guardam a história e relíquias como a cerâmica marajoara, um dos símbolos da região.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.brasiltravelnews.com/Capa/view.asp?id=5>

http://www.seprod.pa.gov.br/conteudo/noticias/2005/0328_04.asp

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Belém**

2- Pólo Araguaia - Tocantins

3- Pólo Marajó

Nome do roteiro turístico: **Amazônia Quilombola**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Belém

2- Acará

3- Ponta de Pedras

A Amazônia Quilombola integra municípios do pólo turístico Belém e Marajó e envolve, entre outros, os municípios de Belém e Acará, onde as raízes culturais dos descendentes de escravos residentes na região ainda são

preservadas pelas comunidades de Itacoã-Miri e Guajará-Miri. Essas comunidades preservam antigos costumes e tradições dos negros escravos, que se mudaram para a região, e formaram quilombos, fugindo da escravidão. Já no município de Ponta de Pedras, o roteiro vai colocar o turista em contato direto com o cotidiano da população das comunidades de Santana do Arari e Tartarugueiro, a partir de visitas programadas.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.seprod.pa.gov.br/conteudo/noticias/2005/0328_04.asp

Região turística que o roteiro perpassa: **Pólo Tapajós**

Nome do roteiro turístico: **Tapajós: Amazônia, Selva e História**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Santarém

2- Belterra

O roteiro 'Amazônia Selva e História' perpassa as cidades de Belterra e de Santarém, esta última também conhecida como “Pérola do Tapajós”, que tem como principais atrações as belezas naturais, como a Floresta Nacional do Tapajós (FLONA); e o encontro dos rios Tapajós e Amazonas. Além disso, Santarém é palco da maior manifestação folclórica da região, a festa de Çairé, que ocorre na Vila de Alter-do-Chão, uma tradicional festa de origem indígena. Junto à suas belezas naturais, e manifestações culturais (principalmente de origem indígena), Santarém também é famosa por seus belos prédios históricos e monumentos, muitos dos quais são heranças da colonização portuguesa na região.

Já no município de Belterra, fundado na década de 20 pelo americano Henry Ford, está localizada a comunidade de “Fordlândia”, uma vila de seringueiros também criada pelo próprio Henry, através da Companhia Ford,

que visava implantar um cultivo racional de seringueiras na Amazônia durante o auge da borracha na Amazônia. Essa vila surgiu com toda a infra-estrutura de uma cidade moderna, seguindo os moldes de arquitetura e urbanismo norte-americanos, apresentando hoje um patrimônio de residências, prédios públicos e praças bem conservados.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22
http://www.braziltour.com/site/pl/cidades/materia.php?id_cidade=7371®ioes=1025&estados=1222&idades=0
<http://www.ybnews.org.br/?system=news&action=read&id=432&eid=231>
<http://www.setorpesqueiro.com.br/turismo/estados/para/ecoturismo/locais/belterra/index.asp>
<http://jesocarneiro.blogspot.com/2005/07/roteiro-turstico.html>

AMAPÁ

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Meio do Mundo**

2- Pólo Castanhais

Nome do roteiro turístico: **Do Meio do Mundo a Pérola Tapajós**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Macapá

2- Laranjal do Jari

Macapá e Laranjal do Jari estão envolvidas nesse roteiro, onde já houve muitas disputas por suas riquezas naturais, bem como pelo ouro uma vez existente na região, que trouxe gente do mundo todo para lá. Nessa região pode-se até hoje observar marcas da disputa por essas riquezas, além de muitas características da cultura indígena e construções daquela época, ainda presentes.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_AP_perola_tapajos.html

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Meio do Mundo**

2- Pólo Castanhais

3- Pólo Tumucumaque

4- Pólo Pororoca

Nome do roteiro turístico: **Amazônia no Meio do Mundo**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Macapá

2- Santana

3- Mazagão

4- Porto Grande

5- Ferreira Gomes

Estão inseridos no roteiro: Macapá, Santana, Mazagão, Porto Grande e Ferreira Gomes.

O nome Amazônia no Meio do Mundo é dado pela localização geográfica da região, que é cortada pela linha do Equador, e pelo fato de a Floresta Amazônica estar 98% preservada nesse estado.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/export/sites/default/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_AP_meio_mundo.html?pageIndex=5

RONDÔNIA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Guajará-Mirim**

2- Pólo Porto Velho

Nome do roteiro turístico: **Nos Trilhos de Mad Maria**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Porto Velho

2- Guajará-Mirim

A estrada de ferro Madeira-Mamoré, ou “Mad Maria”, foi construída entre 1907 e 1912, ligando as cidades de Porto-Velho e Guajará-Mirim, e apresenta 336 Km de comprimento. Por se localizar no meio da floresta Amazônica, foi uma obra de difícil construção, que apesar disso, foi desativada pouco tempo depois de sua inauguração, junto ao declínio da extração da borracha na região.

Atualmente Mad Maria é considerada patrimônio histórico e ainda pode-se observar no local algumas locomotivas e trastes ferroviários. Sua imensa importância histórica para o país é dada pelo enorme esforço humano despendido em sua construção, causador de milhares de mortes, principalmente por doenças, entre os homens em que nela trabalharam, esforço este, que após concluída a construção, sendo rapidamente desativada, mostrou-se praticamente inútil.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/brasil/2005/03/16/001.htm>

<http://www.guiaderondonia.com.br/ro/Atrativo/atrativo.asp?id=27>

<http://www.comciencia.br/200404/resenhas/resenha2.htm>

TOCANTINS

Região turística que o roteiro perpassa: **Encantos do Jalapão**

Nome do roteiro turístico: **Jalapão**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Mateiros**
- 2- Novo Acordo**
- 3- Ponte Alta do Tocantins**
- 4- São Félix do Tocantins**

Além de merecer destaque por suas belezas naturais, a região do Jalapão é famosa internacionalmente por seu artesanato, principalmente o de capim dourado, uma fibra exclusiva da região, atividade essa realizada em Mateiros, Ponte Alta do Tocantins e principalmente em Mumbuca, sendo a principal atividade deste vilarejo, localizado a 30 quilômetros de Mateiros. Mumbuca é formado por 22 famílias de descendentes de escravos, remanescentes de antigos quilombos vindos da Bahia, e é constituído por aproximadamente 100 habitantes, que sobrevivem através do artesanato, vendido aos turistas que visitam a região, principalmente entre os meses de junho e dezembro.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.ciaecoturismo.com.br/destinos/conteudo.asp?destino=17&menu=atracoes&idioma=pt&type=1>

<http://www.brasiloste.com.br/noticia/1182/jalapao-capim-dourado>

<http://forum.suarota.com.br/viewtopic.php?p=3353&sid=49325d1ad507236838f352a1b24a605e>

<http://www.viajemaisbrasil.com.br/destino/brasil/jalapao.htm>

<http://www.anoticia-to.com.br/noticias.php?IdNoticia=350>

Região turística que o roteiro perpassa: **Lagos e Praias do Cantão**

Nome do roteiro turístico: **Rota das Águas**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- **Araguacema**
- 2- **Caseara**
- 3- **Divinópolis do Tocantins**
- 4- **Dois Irmãos do Tocantins**
- 5- **Formoso do Araguaia**
- 6- **Lagoa da Confusão**
- 7- **Pium**

Na Rota das Águas destaca-se a cultura indígena ainda existente no local, principalmente na área na Lagoa da Confusão, que possui importantes tribos como: Karajá, Javaé, Xambioá, Krahô, Apinajé e Xerente, onde os mais marcantes são os Javaé e Karajá, que representam enorme riqueza cultural para a região.

A cidade de Araguacema é rica em atrativos históricos, em especial por suas pinturas rupestres e ruínas, além de possuir, assim como as outras cidades do roteiro, uma culinária, artesanato, superstições, danças e uma tradição festeira peculiares, que atraem turistas de todos os cantos. Já a cidade de Pium, também inclusa no roteiro, é famosa por seu artesanato em cristal, peças em palha, barro e madeira, além de suas festas religiosas.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.araguacema.net/index.asp?conteudo=turismo>

<http://ogirassol.shambalati.net/coracao/cantao.htm>

<http://www.to.gov.br/sictur/>

Região turística que o roteiro perpassa: **Serras e Lago**

Nome do roteiro turístico: **Serras e Lago**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Brejinho de Nazaré**
- 2- Ipueiras**
- 3- Lajeado**
- 4- Monte do Carmo**
- 5- Palmas**
- 6- Paraíso do Tocantins**
- 7- Porto Nacional**

O roteiro turístico “Serras e Lago” além de ser um importante pólo de ecoturismo, dado suas belezas naturais, é também marcante por seu turismo cultural, principalmente por suas construções antigas e por suas festas religiosas.

O traço cultural marcante das cidades por onde perpassa o roteiro são as diversas festas religiosas que realizam ao longo do ano, além de algumas belas Igrejas.

Em termos culturais a cidade de Lajeado destaca-se por seu artesanato, principalmente cerâmica; por suas inscrições rupestres localizadas em sítios arqueológicos descobertos recentemente e pela Serra das Escritas, onde um grande painel com inscrições geométricas lembra o passado do homem pré-histórico. Além disso a cidade abriga o Morro do Segredo, formação que lembra um vulcão e que, segundo os moradores da cidade, apresenta, eventualmente, no alto dos seus 250 metros, luzes misteriosas que seriam de discos voadores.

Monte do Carmo possui um conjunto arquitetônico simples, mas representativo do século XVIII, possuindo ruínas e construções antigas, dentre as quais de destaca a Igreja de Nossa Senhora do Carmo, construída em 1801.

Dentre as cidades do roteiro deve-se destacar a cidade de Palmas, capital do estado, onde ocorrem muitas festas populares e folclóricas, além de sediar eventos culturais como os “Jogos Indígenas do Tocantins”, que fortalecem a cultura indígena no local. A arquitetura planejada de Palmas assemelha-se à

Brasília, e chama a atenção na cidade construções peculiares tais como o Palácio Araguaia, o Cruzeiro e o Palacinho, dentre muitas outras.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.seplan.to.gov.br/desenvolvimento/dpi/perfil/>

<http://www.ogirassol.com.br/aprender129/index.htm>

<http://www.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/divpol/norte/to/rtur/palmas/apresent.htm>

<http://www.campusvirtual.br/cidadedoconhecimentopalmas>

http://www.to.gov.br/secom/v_noticia.php?id=24377&tipo=noticia

RORAIMA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: 1- Roraima, a Savana Amazônica

2- Extremo Norte Do Brasil

Nome do roteiro turístico: Monte Roraima

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Boa Vista

2- Pacaraima

O Roteiro turístico “Monte Roraima”, formado pelas cidades de Boa Vista e Pacaraima, próximas à Venezuela, envolve histórias e lendas, mantidas principalmente pelos índios do local, que dão ao lugar um clima de mistério, acentuado pela intensa neblina que envolve o monte.

Na reserva indígena de São Marcos, em Pacaraima, além de estar localizada a Trilha da Nova Esperança, se encontra o Sítio Arqueológico da Pedra Pintada, que possui muitas inscrições rupestres, além de ser cenário de muitas das lendas indígenas existentes no Estado.

Já Boa Vista se destaca principalmente por suas construções históricas, como o centro histórico da cidade que possui construções de época, e a Fazenda São Marcos, cuja antiga casa da fazenda é muito visitada. Também manifestação

cultural da região próxima a essa cidade é o Forte São Joaquim, construção antiga tombada pelo Patrimônio Histórico.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.roraima-brasil.com.br/mtroraima.html>

http://www.amadeusturismo.com.br/_Parques/Parques_Nac/Monte_R.htm

<http://www.rr.gov.br/turismo.php?area=tinterior>

<http://www.turismororaima.com.br/boavista.html>

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Roraima, a Savana Amazônica**

2- Águas e Florestas da Linha do Equador

Nome do roteiro turístico: **O Paraíso da Pesca Esportiva**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Boa Vista

2- Caracarái

3- Rorainópolis

Além da pesca e de outros atrativos, esse roteiro apresenta traços culturais fortes da cultura indígena local, por ser uma área rodeada por habitantes de reservas indígenas, que mantêm sua cultura.

A cidade de Caracarái, por onde perpassa o roteiro, apresenta pinturas rupestres e vestígios de seus primeiros habitantes. É nessa cidade que se localiza o Parque Nacional Serra da Mocidade, que faz divisa com as reservas dos povos indígenas Yanomami, exemplo vivo de povos indígenas remanescentes.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.bvroraima.com.br/roraima_caracarai.htm

<http://oradical.uol.com.br/conteudo/leitura.asp?codmat=3040>

NORDESTE

MARANHÃO

*Região turística que o roteiro perpassa: **Pólo São Luís e Região Metropolitana***

*Nome do roteiro turístico: **Pólo Cultural São Luís***

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- São Luís**
- 2- Alcântara**
- 3- Paço do Lumiar**
- 4- São José de Ribamar**
- 5- Raposa**

O Pólo de São Luís é formado pelos municípios de São Luís, Alcântara, Paço do Lumiar, São José de Ribamar e Raposa.

A cidade de São Luís é um dos maiores pólos culturais e turísticos do Brasil e ganhou o título de Patrimônio da Humanidade, concedido pela UNESCO, possuindo diversas características que a diferenciam das outras cidades como a culinária, as festas populares, o artesanato e o patrimônio arquitetônico, além de suas belas praias. São Luís tem uma enorme miscigenação de raças, que trouxe traços culturais de origem africana, europeia e indígena. A cidade é sede da terceira maior comunidade negra do Brasil, possuindo até hoje hábitos e crenças trazidos por escravos no século XIX. No centro histórico observa-se na arquitetura dos sobrados uma herança do período de colonização portuguesa, enquanto na periferia da cidade e no interior do estado nota-se a existência de construções que remetem a presença de escravos.

Alcântara também possui um rico patrimônio histórico-cultural, com belos sobrados com características portuguesas, que foram tombados pelo Iphan em 1948 como Patrimônio Nacional. Já O município de São José de Ribamar é caracterizado pelo turismo religioso, sendo sua principal atração a Gruta de Lourdes, local de orações de fiéis. Os municípios de Paço do Lumiar e

de Raposa, por sua vez, destacam-se por seu artesanato, em especial, por trabalhos com rendas.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Investir_no_Nordeste/Perfil_dos_Estados/gerados/ma_apresentacao.asp

http://www.cidadeshistoricas.art.br/alcantara/al_his_p.htm

PIAUÍ

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: 1- Pólo Teresina

2- Pólo Histórico-Cultural

3- Pólo das Origens

Nome do roteiro turístico: Caminho das Origens

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Teresina

2- Floriano

3- São Raimundo Nonato (PARNA Serra da Capivara)

4- Coronel José Dias (PARNA Serra da Capivara)

É nesse roteiro que se localiza o Parque Nacional Serra da Capivara, nos municípios de Coronel Jose Dias, São Raimundo Nonato e São João do Piauí, região cujos achados arqueológicos, a maioria apresentando pinturas e gravuras rupestres, comprovam a presença extremamente antiga do homem há 45 mil anos e onde há a maior concentração de sítios arqueológicos atualmente conhecida nas Américas. Além das pinturas, o parque apresenta muitos fósseis, encontrados nas escavações. Em reconhecimento à antiguidade e a boa qualidade de conservação das figuras, o Parque foi declarado Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO.

O Roteiro também é destacado pelas celebrações religiosas da Semana Santa, nas cidades de Teresina e principalmente de Floriano, cuja programação religiosa diferenciada é considerada a segunda mais importante do Nordeste. Durante essa Semana, cresce bastante o número de turistas em Floriano, porém a cidade não tem capacidade hoteleira e infra-estrutura para recebê-los na quantidade demandada.

Fontes:

<http://www.piemtur.pi.gov.br/roteiros.htm>

<http://www.prpi.mpf.gov.br/www/servlet/ControlServlet?acao=clip&pesquisa=ascom/clipping/cl-jun-06/Clip050606.html>

http://www.portalaz.com.br/turismo/novo/roteiros.asp?Turismo_ID=2149

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.revistain.com.br/exibe_conteudo_e.asp?id=2824

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_PI_caminho_origens.html

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_PI_caminho_origens.html

Sete Cidades

Nos municípios de Piripiri e Piracuruca, no norte do Estado, localiza-se o Parque Nacional de Sete Cidades, onde pode-se encontrar grutas e inscrições rupestres, com desenhos ainda não bem decifrados que insinuam a existência, em épocas remotas, de civilizações desenvolvidas.

Fontes:

<http://www.piemtur.pi.gov.br/roteiros.htm>

<http://www.pi.gov.br/piaui.php?id=1>

Oeiras

Foi a primeira Capital do Piauí e ainda hoje apresenta fortes marcas de sua história, cultura e religiosidade. Possui um grande e notável conjunto arquitetônico, formado por antigos casarões, Igrejas e prédios, a maioria possuidora de traços da arte barroca.

Assim como a cidade de Floriano, sua Semana Santa atrai turistas de todas as partes, e ganha popularidade a cada ano. Contudo, Oeiras também sofre com a falta de estrutura para hospedá-los.

Fontes:

http://www.portalaz.com.br/turismo/novo/roteiros.asp?Turismo_ID=2149

<http://www.piemtur.pi.gov.br/roteiros.htm>

CEARÁ

Região turística que o roteiro perpassa: **Cariri do Ceará**

Nome do roteiro turístico: **Cariri do Ceará**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Juazeiro**
- 2- Crato**
- 3- Barbalha**
- 4- Nova Olinda**
- 5- Santana do Cariri**

No roteiro Cariri do Ceará estão Juazeiro, Crato, Barbalha, Nova Olinda e Santana do Cariri. Além de ser marcado por belezas naturais, também é notável a religiosidade e a alegria do povo da região, que está sempre realizando e participando de festas populares. As cidades inseridas nesse roteiro possuem muitas construções históricas e museus, o que faz do Cariri do Ceará um importantíssimo pólo cultural da região Nordeste. A bacia sedimentar na região do Cariri é uma das mais importantes do mundo, por possuir um grande número de fósseis em bom estado de conservação e a importância paleontológica do local é tão grande que a região tem despertado o

interesse de inúmeros pesquisadores. Em Santana do Cariri está o Museu de Paleontologia da Universidade Regional do Cariri, um importante e bem conceituado museu de fósseis.

Fontes:

http://www.geocities.com/cariri_ce/

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_CE_cariri.html

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Litoral Oeste/Vale do Curu**

2-Litoral Extremo Oeste

Nome do roteiro turístico: **Costa Sol Poente**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Fortaleza**
- 2- Caucaia**
- 3- São Gonçalo do Amarante**
- 4- Paracuru**
- 5- Paraipaba**
- 6- Trairi**
- 7- Cruz**
- 8- Jijoca de Jericoacoara**
- 9- Camocim**

As 25 praias pertencentes ao roteiro Costa do Sol Poente estão localizadas na costa oeste do Ceará, e são geralmente praias calmas e largas, pouco habitadas e donas de uma beleza natural magnífica. Em termos culturais, o local é marcado pela presença forte de atividades artesanais, tais como o a renda-de-birilo e o bordado em ponto-de-cruz, e pela culinária típica do local.

Fontes:

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/sol_e_praia/CU_CE_sol_poente.html

<http://www.tvceara.ce.gov.br/fturbaixo1.htm>

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Região turística que o roteiro perpassa: **Fortaleza Metropolitana**

Nome do roteiro turístico: **Fortaleza, Natureza, Cultura e Negócios**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- **Maranguape**
- 2- **Guaiúba**
- 3- **Redenção**
- 4- **Baturité**
- 5- **Guaramiranga**
- 6- **Pacoti**
- 7- **Mulungu**
- 8- **Quixadá**
- 9- **Quixeremobim**
- 10- **Fortaleza**

Estão inseridos nesse roteiro: Maranguape, Gualuba, Redenção, Baturité, Guaramiranga, Pacoti, Mulungu, Quixadá, Quixeremobim e Fortaleza.

Na Capital do Ceará, Fortaleza, pode-se encontrar belas praias, e uma cidade possuidora de uma cultura miscigenada, marcada pela presença de negros, brancos e índios. Essa mistura de culturas pode ser vista na variedade dos artesanatos, do folclore, da literatura de cordel, da música e da dança.

Pacoti e Guaramiranga se destacam pelos importantes festivais que promovem o ano todo. Em Guaramiranga, por exemplo, ocorrem: Festival de Jazz e Blues (Carnaval); Festival de Gastronomia; Festival de Flores; Festival de Teatro; Festival de Fondue; Festival do Vinho; Mostra Junina. Além disso, a

cidade é bem conhecida por seu Carnaval, por ser diferente do Carnaval que ocorre nas praias do Estado.

As belas Serras de Maranguape e Guaiúba, também fazem juz a estarem incluídas no roteiro. Maranguape possui várias manifestações de uma arquitetura antiga, como o Solar das Sombras, o Prédio da Prefeitura Municipal e a Casa onde nasceu o escritor Capistrano de Abreu, além de possuir inúmeros eventos ao longo do ano.

Fontes:

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_CE_fortaleza.html

<http://www.cearacultura.com.br/turismo/>

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

RIO GRANDE DO NORTE

Região turística que o roteiro perpassa: **Pólo Seridó**

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Pólo Seridó**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- **Cerro Corá**
- 2- **Currais Novos**
- 3- **Acarí**
- 4- **Carnaúba dos Dantas**
- 5- **Parelhas**
- 6- **Jardim do Seridó**
- 7- **Caicó**

Este roteiro tem como objetivo desenvolver a atividade turística no interior do Rio Grande do Norte, neste caso na região do Seridó, e até agora sete cidades são contempladas com as ações do programa. Essas são: Cerro Corá, Currais Novos, Acará, Carnaúba dos Dantas, Parelhas, Jardim do Seridó e Caicó.

O Pólo Seridó se localiza no interior do nordeste semi-árido, e tem como vegetação a caatinga, onde estão localizados importantes sítios arqueológicos, apresentando pinturas, gravuras, desenhos e inscrições rupestres do período pré-histórico. A região é marcada por muitas belezas naturais, bom para amantes do ecoturismo. O artesanato tem muita força neste pólo, principalmente a arte de bordar. Além do artesanato, principalmente de bordados, palhas, cerâmicas e redes; a musicalidade, a culinária e a religiosidade, manifestada por festas de padroeiras, e procissões e novenas, também são traços marcantes da cultura do local.

Os ricos museus de Seridó, a arquitetura das igrejas, sobrados e casas de fazenda e as inúmeras obras sacras presentes nas igrejas e residências da região, são prova de que os aspectos da cultura de Seridó estão resistindo ao tempo.

Fontes:

<http://www.brasilviagem.com/materia/?CodMateria=65&CodPagina=220>

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_RN_serido.html

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.rn.senac.br/index.asp?inc=noticias_cont.asp&CT=970

http://rntur.com/por/noticia_interna.php?idnoticia=71

PARAÍBA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região Turística do Agreste: Campina Grande**

2- Região Turística do Cariri:

Cabaceiras

3- Região Turística do Sertão: Sousa

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Histórico e Pré-Histórico da Paraíba**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Sousa
- 2- Areia
- 3- Ingá
- 4- Cabaceiras
- 5- Serra Branca
- 6- Boa Vista
- 7- Pocinhos
- 8- Araruna
- 9- São João do Rio do Peixe
- 10- Vieirópolis
- 11- Monteiro
- 12- Boqueirão

Essa região é mundialmente conhecida por ser um centro riquíssimo em paleontologia, possuidora de muitas belezas exóticas, inscrições rupestres e paisagens preservadas, que denunciam a presença do homem pré-histórico no local.

No município de Sousa está localizado o famoso Vale dos Dinossauros, onde se pode encontrar pegadas fossilizadas de diversas espécies animais, no leito do Rio Peixes, que datam de mais de 130 milhões de anos. Além das pegadas, encontram-se achados de marca de chuva petrificada, restos de animais pré-históricos, e algumas inscrições rupestres feitas por homens pré-históricos.

Na cidade de Ingá encontra-se a Pedra de Itacoatiara, que possui inscrições rupestres que retratam a passagem do homem pré-histórico por esse local. A cidade de Cabaceiras também merece destaque, pois, entre outras atrações, possui o Lajeado de Pai Mateus, uma formação geológica de pedras enormes, resultado da ação milenar de ventos e chuvas.

Outra que deve ser mencionada é a cidade de **Areia**, tombada como monumento histórico nacional, por seu casario colonial e por ser nela que se localiza um dos teatros mais antigos do Brasil, o Teatro Minerva.

Fontes:

Fontes:

http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/Portal_Mtur/rot_dest/roteiros/cultura/CU_PB_sao_joao.html

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.saojoaodecampina.pb.gov.br/>

<http://www2.uol.com.br/guiacampina/not/nq22506.htm>

ALAGOAS

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Metropolitana**

2-Foz do Velho Chico

3-Cânion do São Francisco

Nome do roteiro turístico: **Encontro das Águas**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Maceió**
- 2- Piaçabuçu**
- 3- Penedo**
- 4- Piranhas**
- 5- Olho D'Água do Casado**
- 6- Delmiro Gouveia**

Além da beleza natural presente no Roteiro das Águas, constituído pelas cidades de Maceió, Piaçabuçu, Penedo, Piranhas, Olho D'água do Casado e Delmiro Gouveia, destaca-se nessa região o turismo cultural, principalmente a cidade de Penedo, próxima ao rio São Francisco, que é considerada o maior patrimônio histórico do Estado de Alagoas. A cidade, fundada em 1614, é rica em igrejas e sobrados, tombados pelo Patrimônio Histórico Nacional, datados dos séculos XVII e XVIII. Além disso, a cidade tem grande importância histórica, por nela terem ocorrido diversas disputas entre portugueses e holandeses por seu território.

As outras cidades do roteiro não ficam atrás de Penedo quando se trata de turismo cultural, sendo traços comuns a elas a presença de construções antigas, como igrejas e sobrados construídos em estilo neoclássico e colonial, além de diversos museus com grandes acervos culturais.

Fontes:

http://www.brasilchannel.com.br/municipios/mostrar_municipio.asp?nome=Piaçabuçu&uf=AL&tipo=turismo

<http://www.turismoalagoas.hpg.ig.com.br/interior.htm>

<http://www.turismoalagoas.hpg.ig.com.br/capital.htm>

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Metropolitana**

2-Lagoas e Mares do Sul

3-Foz do Velho Chico

Nome do roteiro turístico: **Lagoas e Mares do Sul**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Barra de São Miguel**
- 2- Roteiro**
- 3- Piaçabuçu**
- 4- Feliz Deserto**
- 5- Coruripe**
- 6- Jequiá da Praia**
- 7- Marechal Deodoro**
- 8- Maceió**

No roteiro Lagoas e Mares do Sul estão inclusas as cidades de Barra de São Miguel, Roteiro, Piaçabuçu, Feliz Deserto, Coruripe, Jequiá da Praia, Marechal Deodoro e Maceió. É um roteiro de muitas belezas naturais, porém sua parte cultural também merece destaque.

A cidade de Marechal Deodoro, banhada pela lagoa Manguaba, foi, em agosto de 2006, tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional, devido à importância histórica do conjunto arquitetônico e urbanístico local e por sua relevância paisagística. Na cidade destacam-se a Casa de Marechal Deodoro e o convento e Igreja de São Francisco, além de outras diversas edificações religiosas e construções antigas que contam muito da história da cidade, que foi a primeira capital de Alagoas.

Nos municípios de Coruripe e Feliz Deserto, localizados no litoral sul do estado, é fortíssima a presença do artesanato, enquanto Barra de São Miguel é marcada por diversas manifestações folclóricas.

As cidades desse roteiro são caracterizadas principalmente por suas Igrejas e construções antigas, que apresentam um acervo arquitetônico riquíssimo.

Fontes:

<http://www.turismoalagoas.hpg.ig.com.br/interior.htm>

<http://www.destinoalagoas.com/>

<http://www.brasilchannel.com.br>

<http://www.turismoalagoas.hpg.ig.com.br/capital.htm>

<http://www.viajemaibrasil.com.br/destino/brasil/alagoas.htm>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327->

[roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22](http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22)

PERNAMBUCO

Região turística que o roteiro perpassa: **Pernambuco - Região Metropolitana e Agreste**

Nome do roteiro turístico: **Rota Luiz Gonzaga**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Recife**
- 2- Moreno**
- 3- Gravatá**
- 4- Bezerros**

5- Bonito

6- Caruaru

7- Brejo da Madre de Deus

RECIFE

O turismo configura uma das principais atividades econômicas de Recife. Tanto o turismo relacionado a atrações vivas, quanto o relacionado a atrações de cunho histórico.

Durante a época do carnaval a cidade é um grande atrativo de foliões, com atrações como por exemplo trios elétricos e o grande bloco Galo da Madrugada (sendo os blocos carnavalescos atividades extremamente tradicionais).

As Igrejas, construções da época dos holandeses e portugueses são a principal atração, com destaque para a Capela Dourada. Além destes, outros atrativos são: Casa da Cultura, o conjunto arquitetônico da Praça da República e o parque de escultura de Brennand.

Moreno

O turismo não configura como uma das principais atividades econômicas neste município. Atrações Vivas: Como maior atrativo turístico da região, as festas típicas de Moreno são as seguintes – Carnaval fora de época (o Morenata) com os ritmos típicos frevo e o maracatu, no mês de setembro; o Forroeno, no São João, com as atividades tradicionais da festa junina; a Festa de Nossa Senhora da Conceição (30 de novembro a 8 de dezembro). Patrimônio Histórico: As construções arquitetônicas da época colonial são as principais atrações históricas da cidade que possui 39 engenhos (alguns ainda em funcionamento).

Bezerros

As principais atrações culturais da cidade estão relacionadas ao artesanato e ao carnaval. O carnaval é conhecido com “Folia do Papangú, único carnaval temático do país, que dura três dias. O carnaval de Bezerros recebe mais de 100 mil pessoas nos seis dias do Reinado de Momo, e no domingo esse número

chega a 50 mil visitantes, sendo que a população total do município é de 57.371, ou seja, durante a festa o número de pessoas na cidade triplica.

Com relação ao artesanato, a cidade oferece inúmeros ateliês com uma produção que visa preservar o folclore e a cultura da região, maior produtora de xilogravuras do estado, cujo artesanato é altamente atrativo.

Caruaru

O grande atrativo da cidade é a produção artesanal, sendo que a indústria e o comércio se desenvolvem com maior potencialidade para este setor. Um outro fator de atração é a festa junina de Caruaru, já que a cidade é famosa pelo forró, fator de atração de muitos turistas durante o período de festas.

A Feira de Cararu, que cresceu junto com a cidade, é também um pólo turístico conhecido, sendo que além da própria feira a região possui um Memorial da Feira que expões objetos relacionados à história da mesma.

Brejo da Mãe de Deus

Possuidora de um dos maiores teatros ao ar livre do mundo, a cidade sedia todos os anos uma apresentação da Paixão de Cristo. Estima-se que a atração leve mais de 160 mil turistas à cidade, que possui apenas 38.109 habitantes. O cenário da cidade é considerado parecido com o da Terra Santa, fator atrativo de turistas também.

Além da conhecida apresentação teatral, Brejo da Mãe de Deus também oferece aos turistas grande variedade de artesanato.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Governo de Pernambuco - www.pe.gov.br

Olinda

Tombada pela Unesco como Patrimônio Cultural da Humanidade, Olinda possui atrações de caráter histórico, como igrejas barrocas e casas coloniais e também festas tradicionais, sendo o frevo a grande marca das festas da região. O carnaval da cidade também é um grande foco de atração de turistas, com inúmeros blocos nas ladeiras da cidade.

Fonte:

www.feriasbrasil.terra.com.br

SERGIPE

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo do Velho Chico**

2-Pólo dos Tabuleiros

3-Pólo Costa dos Coqueirais

4- Pólo Sertão da Águas

Nome do roteiro turístico: **Caminho dos Jesuítas (Cidades Históricas)**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Propria**
- 2- Japarutuba**
- 3- Carmópolis**
- 4- Divina Pastora**
- 5- Maruim**
- 6- Laranjeiras**
- 7- São Cristóvão**
- 8- Aracaju**
- 9- Itaporanga D'Ajuda**
- 10- Estância**
- 11- Santa Luiza do Itanhy**
- 12- Tomar no Geru**

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Pólo Costa dos Coqueirais**

2-Pólo das Serras Sergipanas

3-Pólo do Velho Chico

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Aracaju/Xingó**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Aracaju**
- 2- São Cristóvão**
- 3- Laranjeiras**
- 4- Areia Branca**
- 5- Itabalana**
- 6- Ribeirópolis**
- 7- N. Sr^a Aparecida**
- 8- N. Sr^a da Glória**
- 9- Monte Alegre de Sergipe**
- 10- Poço Redondo**
- 11- Canindé do São Francisco**

Região turística que o roteiro perpassa: **Pólo Costa dos Coqueirais**

Nome do roteiro turístico: **Costa das Dunas e Manguesais**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Indiaroba**
- 2- Santa Luiza do Itanhy**
- 3- Estância**
- 4- Itaporanga D'Ajuda**
- 5- São Cristóvão**
- 6- Aracaju**
- 7- N. Sr^a do Socorro**
- 8- Barra dos Coqueiros**
- 9- Pirambu**
- 10- Pacatua**
- 11- Brejo Grande**

12- Tomar no Geru

O Estado de Sergipe, além de muito rico em belezas naturais possui um forte apelo cultural relacionado a festas populares (tradições e folclore) ao artesanato e ao turismo histórico.

Destaques da produção artesanal:

- Renda irlandesa em Divina Pastora
- Rendas de bilro em Poço Redondo
- Bordado tipo richelieu em Tobias Barrreto
- Cerâmica em Santana do São Francisco, Simão Dias e Itabaianinha
- Artesanato de palha em Brejo Grande, Pacatuba e Pirambu
- Produção em papel em Cumbe
- Bonecas de Pano em nossa Senhora das Dores

As cidades de Laranjeiras (Berço da Cultura Negra de Sergipe) e São Cristóvão foram tombadas pelo patrimônio Histórico Nacional, por seus monumentos do período da colonização portuguesa.

O estado ainda possui uma série de festas, religiosas e profanas e também várias relacionadas a cultura e heranças indígena, africana e portuguesa. O folclore do estado é um dos mais ricos do país.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22
<http://www.turismosergipe.net>

BAHIA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **Chapada Diamantina**

Nome do roteiro turístico: **Volta ao Parque Nacional Chapada Diamantina**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Lençóis

2- Palmeiras (Vale do Capão)

3- Andaraí (Iगतु)

4- Mucugê

5- Itaetê

6- Iraquara

7- Ibicoara

Lençóis

Considerada “Capital do Diamante”, a cidade de Lençóis (tombada pelo patrimônio Histórico) revela em suas construções muito da época de exploração do garimpo no século XIX sendo a principal cidade da região da Chapada Diamantina.

Patrimônio Histórico:

- Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário

- Residência da família Sá (que junto com a Igreja Matriz mostra a riqueza das famílias tradicionais)

-Museu Afrânio Peixoto

Palmeiras

A atividade econômica da cidade ainda se relaciona principalmente com a exploração de diamantes, carbonato, etc. As atrações de cunho cultural não se relacionam somente à presença de um casario histórico como, por exemplo, o Palacete dos Alcântaras, mas também está presente na própria manutenção das tradições culturais do povo, nas feiras de sábado caravanas chegam no lombo de burros.

Andaraí

Tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, a cidade se destaca exatamente pela arquitetura de seus casarões coloniais.

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **Costa do Dendê**

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Integrado Costa do Dendê**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Valença**
- 2- Cairu (Morro de São Paulo, Boipeba)**
- 3- Camamu**
- 4- Marau (Barra Grande)**
- 5- Ituberá**
- 6- Nilo Peçanha**

Valença

O Patrimônio Histórico da cidade está relacionado às calçadas com pedras irregulares, aos casarões coloniais e às ruínas da antiga fábrica de tecidos, com destaque para as igrejas Nossa Senhora do Amparo e Matriz do Sagrado Coração de Jesus, reduto de imagens sacras dos séculos XVIII e XIX.

Valença também é um grande centro de produção artesanal, principalmente voltada para a construção naval.

*Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Baía de Todos os Santos***

2- Costa dos Coqueiros

*Nome do roteiro turístico: **Roteiro Integrado Salvador e Costa dos Coqueiros***

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Salvador**
- 2- Mata de São João (Praia do Forte)**
- 3- Jandaira (Mangue Seco)**

Salvador

Salvador investe cada vez mais no turismo que revela grandes potencialidades, não só naquele relacionado às belezas naturais da cidade (já extremamente conhecidas), como também no que se refere à exploração das artes e patrimônios culturais.

Com relação ao turismo de cunho histórico pode-se mencionar atrações como, por exemplo, as igrejas, os fortes, os museus, em resumo, as construções

do período colonial. Neste sentido o Pelourinho (recentemente restaurado) é um exemplo bastante ilustrativo, seus casarios foram tombados como Patrimônio Histórico da Humanidade pela Unesco e são grande pólo turístico da cidade.

A festa do carnaval de Salvador, o Candomblé, a Capoeira entre outras expressões folclóricas e tradicionais são grande atrativo de turistas que buscam obter novas experiências culturais neste estado, que como um todo apresenta grande miscigenação étnica.

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **Costa do Descobrimento**

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Caminhos do Descobrimento**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Porto Seguro (Arraial d’Ajuda, Trancoso, Caraíva)**
- 2- Santa Cruz Cabrália (Santo André)**
- 3- Belmonte**

A Secretaria do Estado da Bahia mantém em seu site o chamado Primeiro Censo Cultural da Bahia (Mapeamento Cultural do Estado da Bahia) que, além de fornecer informações sobre atividades e atrações culturais de mais de 400 municípios, lista uma série de indicadores econômicos da região. Entre eles figura o *PIB Cultural*, que consiste em 4,14% do PIB Estadual, hoje no patamar de R\$ 88,3 bilhões.

Fontes:

<http://www.censocultural.ba.gov.br>

<http://www.salvadorbahia.ba.gov.br>

<http://www2.ba.sebrae.com.br/cadeiasprodutivas>

<http://www.bahia.com.br/destinos>

CENTRO - OESTE

MATO GROSSO DO SUL

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Campo Grande e Região**

2-Pantanal

Nome do roteiro turístico: **Travessia do Pantanal**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1-Campo Grande

2-Porto Murtinho

3-Corumbá

4-Ladário

Esse roteiro une os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, perpassando as cidades de Cuiabá-MT, Várzea Grande-MT, Cáceres-MT, Poconé-MT, Campo Grande-MS, Corumbá-MS, Porto Murtinho-MS e Ladário-MS. Esses centros urbanos, rodeados pela beleza natural pantaneira e sua imensa biodiversidade, oferecem importantes registros da História do Brasil devido suas localizações estratégicas. Apresentam fazendas históricas, como Descalvados, em Cáceres; sítios arqueológicos; cidades portuárias e cenários da Guerra do Paraguai, como Bases e Fortes Militares - como o forte de Coimbra, em Porto Murtinho. Além disso as cidades do roteiro se destacam culturalmente por sua arquitetura, costumes, por suas áreas portuárias em Corumbá e Porto Murtinho, pela culinária típica da região e pelo artesanato.

A capital do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, é a única cidade brasileira que possui uma aldeia indígena urbana, com 135 ocas de alvenaria, residências de famílias que deixaram as reservas indígenas para viverem na cidade. Além dessa aldeia, e do memorial da Cultura Indígena nela localizada, a cidade apresenta também diversos monumentos, parques e museus, que merecem ser visitados.

Fontes:

<http://www.secom.mt.gov.br/conteudo.php?sid=13&cid=24937&parent=0>

<http://www.turismo.ms.gov.br>

<http://www.cadastro.turismo.gov.br>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327->

roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Pantanal**

2-Bonito e Serra da Bodoquena

3-Caminho da Fronteira

Nome do roteiro turístico: **Ecoturismo do Pantanal ao Iguassu**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Corumbá**
- 2- Miranda**
- 3- Aquidauana**
- 4- Ladario**
- 5- Bodoquena**
- 6- Bonito**
- 7- Jardim**
- 8- Novo Mundo**
- 9- Porto Murtinho**

Essa Rota turística interliga os pontos turísticos das Regiões do Pantanal e Bonito, no Mato Grosso do Sul, com municípios próximos ao Lago de Itapu Foz do Iguaçu, no Paraná. Dentre os municípios do Mato Grosso do Sul que fazem parte do roteiro, em termos culturais destacam-se as cidades de Porto Murtinho, com suas construções antigas; Corumbá, por seus Fortes e construções; Miranda, por possuir um monumento à Guerra do Paraguai, um conjunto religioso formado por belas Igrejas, além de abrigar uma das estradas de ferro mais antigas do Mato Grosso do Sul, a Estação Ferroviária de

Miranda; e Aquidauana, por possuir sítios arqueológicos, museus, um conjunto religioso notável e aldeias indígenas.

Em termos mais gerais, Mato Grosso do Sul manifesta muito de sua cultura nesse roteiro, por exemplo, através de sua culinária, principalmente em Bonito, e músicas típicas do estado.

Fontes:

<http://www.guaira.pr.gov.br/php/noticia.php?id=561>

<http://www.turismo.ms.gov.br>

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Campo Grande e Região**

2-Pantanal

3-Bonito e Serra da Bodoquena

Nome do roteiro turístico: **Rota Turística Bioceânica**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Campo Grande**
- 2- Bonito**
- 3- Corumbá**
- 4- Santa Cruz de La Sierra (Bolívia)**
- 5- La Paz (Bolívia)**
- 6- Cuzco (Peru)**
- 7- Machu Pichu (Peru)**
- 8- Iquique (Chile)**
- 9- Antofagasta (Argentina)**

A Rota Bioceânica liga o Brasil, via Mato Grosso do Sul - através das cidades de Campo Grande, Bonito e Corumbá - a países da América do Sul, entre eles, Paraguai, Bolívia, Chile, Peru e Argentina. Sua principal intenção é mostrar aos povos da América do Sul um pouco da cultura do Mato Grosso do

Sul, seja através de suas festas, música, história e monumentos, artesanato, culinária, ou mesmo tradições de seu povo, visando assim atrair um maior número de turistas sul-americanos.

Fonte:

<http://www.apn.ms.gov.br/index.php?p=ler&b=noticias&id=44577>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327->

roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

MATO GROSSO

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Região Metropolitana**

2-Região Pantanal Matogrossense

Nome do roteiro turístico: **Travessia Pantaneira**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Cuiabá-MT**
- 2- Várzea Grande-MT**
- 3- Cáceres-MT**
- 4- Poconé-MT**
- 5- Campo Grande-MS**
- 6- Corumbá-MS**
- 7- Porto Murtinho-MS**

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Região Metropolitana**

2-Região Portal da Amazônia

Nome do roteiro turístico: **Roteiro Xingu: Convivência Indígena**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Cuiabá**
- 2- Várzea Grande**
- 3- Sinop**
- 4- Feliz Natal**

Esse roteiro, lançado com o apoio do Governo de Mato Grosso e do Ministério do Turismo, visa não só a diversificação da atividade turística do estado mato-grossense, como também promover o desenvolvimento sustentável da região, criando alternativas econômicas e perspectivas de uma vida mais digna para as comunidades indígenas, com mínima interferência no cotidiano das aldeias. Localiza-se na Amazônia mato-grossense e propõe a convivência dos turistas com as comunidades Trumai e Waurá, que vivem no Parque Nacional do Xingu.

Os idealizadores do projeto construíram uma aldeia turística em uma Reserva Particular de Proteção Natural, localizada ao lado do Parque Nacional do Xingu, no município de Feliz Natal, onde os índios se revezam no atendimento aos visitantes.

Na aldeia os turistas entram em contato direto com a cultura indígena, assistindo a danças e rituais, conhecendo lendas e histórias indígenas e participando do dia-a-dia da aldeia, entrando em contato direto com as atividades diárias dos índios.

Fontes:

<http://www.revistaecotour.com.br/novo/home/default.asp?tipo=noticia&id=1167>

<http://www.freeway.tur.br/editor/web/noticiafw.asp?id=56&cod=1&codm=0&lang>

http://www.mt.sebrae.com.br/noticias/view.htm?ma_id=113

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327->

roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1-Região Metropolitana**

2-Região Médio Norte

3-Região Vale do São Lourenço

4-Região Pantanal Matogrossense

Nome do roteiro turístico: **"Circuito Emoção em Todos os Sentidos"**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- São José do Rio Claro**
- 2- Diamantino**
- 3- Nobres**
- 4- Chapada dos Guimarães**
- 5- Cuiabá**
- 6- Várzea Grande**
- 7- Poconé**
- 8- Campo Verde**
- 9- Jaciara**
- 10- Juscimeira**
- 11- Dom Aquino**
- 12- Rondonópolis**
- 13- Barra do Garças**

Esse roteiro, que engloba o Pantanal, a Amazônia e o Cerrado, tem como grandes destaques culturais as cidades centenárias de Cáceres e Poconé, que apresentam rico patrimônio histórico, com construções antigas como Igrejas, além de possuírem festas religiosas e marcante gastronomia.

A capital Cuiabá, cidade possuidora de um rico centro histórico, cheio de Igrejas e casas antigas, também se destaca por suas festas santeiras, por seu artesanato e pela culinária e danças típicas.

Fontes:

<http://www.mt.gov.br/redirect.php?url=http%3A%2F%2Fwww.cultura.mt.gov.br%2Fconteudo.php%3Fsid%3D26%26parent%3D0>

http://poconeonline.com/noticias.php?id=1345&pagina=15&canal_id=3&PHPSESSID=f00cad2707abb6c32bb8d9c173c5a75b

<http://www.cuiaba.mt.gov.br/smc>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327->

roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

GOIÁS

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região do Ouro**

2- Região do Negócios

3- Brasília: Patrimônio da Humanidade

Nome do roteiro turístico: **Caminho do Ouro**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

4- Brasília

5- Pirenópolis

6- Cidade de Goiás

7- Goiânia

O Caminho do Ouro é composto principalmente pelas cidades de Goiás, Pirenópolis e Goiânia. A cidade de Goiás é hoje Patrimônio da Humanidade, por reconhecimento da Unesco (em razão de seu centro histórico - patrimônio arquitetônico do período colonial, restaurado e bem conservado). Desde 1999, a cidade realiza anualmente o Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA). Acontece também na região, um festival anual de teatro.

Brasília

Tombada como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade em 1987, a região possui atrações turísticas ligadas não somente à sua arquitetura, mas também ao seu patrimônio histórico. Uma das atrações são as igrejas, como por exemplo a catedral desenhada por Oscar Niemeyer.

Outra fonte de demanda turística da cidade está relacionada ao chamado turismo místico, já que a cidade possui algumas comunidades de cunho místico, sendo as três principais: Cidade da Paz, a Cidade Eclética e o Vale do Amanhecer.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.agetur.go.gov.br

www.geocities.com/TheTropics/3416/bsb_1p.htm

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região da Reserva Biosfera de Goyas**

2- Brasília: Patrimônio da Humanidade

Nome do roteiro turístico: **Chapada dos Veadeiros**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Brasília - DF

2- Alto Paraíso

A Chapada dos Veadeiros abrange os municípios goianos de Cavalcante, Terezina de Goiás, São João D'Aliança, Alto Paraíso, Nova Roma e Colinas do Sul e foi tombada como Reserva da Biosfera Goyas - Patrimônio da Humanidade pela UNESCO. Além das atrações naturais do Cerrado, com fauna e flora riquíssimas a Chapada apresenta também (no município de Cavalcante), mais de 20 comunidades nativas que preservam uma cultura semelhante à dos quilombos. As principais comunidades são: Engenho II, Vão de Almas e Vão do Moleque.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.sucuarana.com.br/chapada (Suçuarana Roteiros e Expedições)

SUDESTE

MINAS GERAIS

Região turística que o roteiro perpassa: Região I - Central (Circuito Turístico Belo Horizonte, Circuito Turístico das Grutas, Circuito Turístico do Ouro, Circuito Turístico Trilha dos Inconfidentes)

Nome do roteiro turístico: Caminhos Reais nas Grutas e Cidades Históricas

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Cordsburgo (Gruta de Maquine)**
- 2- Sete Lagoas**
- 3- Belo Horizonte**
- 4- Santa Luzia**
- 5- Ouro Preto**
- 6- Mariana**
- 7- Congonhas**
- 8- Tiradentes**
- 9- São João Del-Rei**

Situada no Quadrilátero Ferrífero, na Serra do Espinhaço, Ouro Preto é um dos pólos culturais, históricos e turísticos mais importantes de Minas Gerais e do Brasil, por possuir o maior conjunto homogêneo de arquitetura barroca do Brasil, além de abrigar grande parte dos registros e documentos do Ciclo do Ouro da região. Ouro Preto é considerada Patrimônio Nacional, Monumento Nacional, e em 1980, foi reconhecida pela UNESCO, Patrimônio Cultural da Humanidade.

O arraial de Congonhas do Campo teve sua fundação no ano de 1734 por mineradores que acharam ouro no leito do rio Maranhão e decidiram se erradicarem ali. Congonhas apresenta o maior acervo de imagens do estilo barroco do mundo. A Basílica do Bom Jesus do Matozinhos, situada no topo do Morro Maranhão, tem pinturas do Mestre Ataíde e dos melhores pintores mineiros, e, em sua frente, os doze profetas feitos em pedra-sabão pelo Mestre

Aleijadinho. Abaixo desta basílica, há “Os passos da paixão”, caminho que contém seis capelas com 64 imagens de Aleijadinho e ajudantes, que relatam a Via Sacra de Jesus Cristo.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.feriasbrasil.terra.com.br

www.cidadeshistoricasmg.com.br (Associação das Cidades Históricas de Minas Gerais)

Região turística que o roteiro perpassa: **Região I - Central (Circuito Turístico Parque Nacional da Serra do Cipó e Circuito Turístico do Diamantes)**

Nome do roteiro turístico: **Serra do Cipó a Diamantes - Montanhas, flores e Cachoeiras**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Santana do Riacho**
- 2- Jaboticatubas**
- 3- Serro**
- 4- Diamantia**
- 5- Conceição do Mato Dentro**

A “Estrada Real” é um projeto que foi idealizado em 1999, pela Federação das Indústrias de Minas Gerais e pelo Instituto Estrada Real. O roteiro é rico em cachoeiras, museus, arte sacra e arquitetura barroca, ocorre contato com um Brasil antigo desbravado por bandeirantes e exploradores em busca de ouro e diamante. No percurso pode-se conhecer três tipos de caminhos. O primeiro, denominado “Caminho Velho”, fica entre as cidades de Paraty (RJ) e Ouro Preto (MG). O outro é o “Caminho Novo” que se situa entre o Rio de Janeiro e Ouro Preto (MG). E o que abrange Ouro Preto (MG) e Diamantina (MG) é o “Caminho dos Diamantes”.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.cidadeshistoricasmg.com.br (Associação das cidades históricas de Minas Gerais)

ESPÍRITO SANTO

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região Turística Metropolitana**

2- Região Turística do Verde e das

Águas

Nome do roteiro turístico: **Rota do Verde e das Águas**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Aracruz**
- 2- Conceição da Barra**
- 3- Linhares**
- 4- São Mateus**
- 5- Vitória**

Os municípios que compõe este roteiro apresentam atrações históricas, além de atrações vivas, ou seja, festas que expressam a cultura e a tradição da região.

A cidade de São Mateus possui um rico acervo histórico, o que inclui o Porto de São Mateus, cujos sobrados foram tombados pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. No município de Conceição da Barra que se expressa a cultura viva do roteiro, já que a cidade sedia durante uma semana uma festa, o Baile de Congo, mais conhecida como Ticumbi.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.es.gov.br – Governo do Espírito Santo

RIO DE JANEIRO

*Nome do roteiro turístico: **Rio Roteiro Floresta e Mar: História, Natureza e Aventura***

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Paraty**
- 2- Angra dos Reis (Ilha Grande)**
- 3- Itatiaia (Parque nacional de Itatiaia e Penedo)**
- 4- Resende (Visconde de Mauá)**
- 5- Volta Redonda**
- 6- Barra do Piraí**
- 7- Vassouras**
- 8- Valença (Conservatória)**
- 9- Mangaratiba**
- 10- Porto Real**
- 11- Rio das Flores**
- 12- Barra Mansa**

Paraty

A cidade viveu um grande período de isolamento derivado do declínio do movimento do porto de onde vinha o ouro de Minas Gerais e também da abolição da escravatura. Hoje, este isolamento que antes equivalia à decadência é a principal causa de seu grande apelo turístico, já que os costumes e tradições locais (como, por exemplo, a fabricação de pinga que data do século XVIII), além do próprio patrimônio histórico (como, por exemplo, o Bairro Histórico da cidade com suas ruas irregulares e arquiteturas dos séculos XVIII e XIX) foram preservados. A cidade possui ainda, além de Igrejas, um museu: o Museu de Arte Sacra de Paraty.

Angra dos Reis (Ilha Grande)

Devido ao desaparecimento de atividades econômicas ligadas à cafeicultura e pescaria, Ilha Grande vive hoje principalmente do turismo, setor que cresce bastante na cidade.

Principais atrações culturais:

- Igreja de Sant'Ana
- Mansão do Morcego
- Ruínas da Praia de Parnaioca
- Ruínas do Lazareto

Muitas das cidades deste roteiro tiveram seu apogeu econômico quando da atividade cafeeira escravista no Estado. À medida que a escravidão e seus meios de reprodução foram se extinguindo muitas entraram em um ciclo de decadência até que novos investimentos e a abertura de novas atividades permitissem novo desenvolvimento. Hoje o turismo ligado exatamente a História do estado se tornou uma atividade econômica importante para estas cidades.

Rio de Janeiro – Capital

Hoje a cidade do Rio de Janeiro é o mais importante centro turístico do país, sendo Copacabana, o cartão postal da cidade, uma das regiões com maior movimento de turistas. Outros pólos turísticos da “Cidade Maravilhosa” são Ipanema, que assim como a região de Copacabana possui vasta infra-estrutura relacionada a bares, restaurantes, casas noturnas e hotéis; o centro histórico e também a região dos subúrbios.

Quando se fala de atividades ligadas ao turismo cultural no Rio de Janeiro não se pode deixar de citar o grande Carnaval da cidade, um dos maiores atrativos de turistas, tanto de dentro do país quanto de fora. A Festa movimenta cerca de R\$ 1 bilhão em negócios e gera mais de 300 mil postos de trabalho todos os anos.

Fontes:

<http://www.turismo.gov.br/index.html>

<http://www.turismo.rj.gov.br/minisite/destino.asp>

<http://www.acrj.org.br> – Associação Comercial Rio de Janeiro

SÃO PAULO

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Capital Expandida**

2- Vertente Oceânica Sul

Nome do roteiro turístico: **Capital / Caminhos do Mar**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Cubatão**
- 2- Santo André (Paranapiacaba)**
- 3- São Bernardo do Campo**
- 4- São Paulo**

Capital

O Estado de São Paulo é, economicamente, o mais importante do Brasil e de maneira análoga a cidade de São Paulo, capital do Estado, também desenvolve um papel econômico importantíssimo. Uma outra faceta deste respeitável pólo de negócios é a grande atividade cultural presente na cidade, que se expressa nos inúmeros museus, teatros, casas de shows e cinemas da cidade, além dos variados eventos e festivais que sedia todos os anos, muitos deles derivados diretamente do turismo de negócios.

Um dos atrativos culturais da cidade está relacionado à forte presença de imigrantes em algumas regiões, entre elas a Bela Vista (italiano), a Liberdade (oriental), a 25 de Março (árabe) um dos maiores centros comerciais do país que tem um faturamento anual de cerca de R\$ 10 bilhões e a José Paulino (israelita).

Alguns dos inúmeros festivais que ocorrem em São Paulo já se incorporaram ao calendário da capital, entre eles merecem destaque a Parada

do Orgulho GLBT de São Paulo (a maior Parada Gay do mundo que acontece todos os anos desde 1997 na Avenida Paulista); a Festa da Santa Achiropita organizada pela colônia italiana; o Bourbon Street Fest que ocorre desde 2003 (festival de Jazz, Blues, Funk que visa trazer o espírito dos festivais de New Orleans); a Bienal Internacional de Artes Plásticas; a Bienal do Livro; a Mostra Internacional de Cinema; o Festival Internacional de Curtas-Metragens; o Festival Internacional de Artes Cênicas, entre muitos outros.

Alguns monumentos teatros, museus e fontes de turismo cultural em geral.:

- MASP (Museu de Arte Moderna de São Paulo)
- Memorial do Imigrante
- Memorial da América Latina
- Museu de Arte Sacra
- Mosteiro de São Bento
- Orquestra Sinfônica de Paulo, considerada referência na América Latina
- Parque do Ibirapuera
- Pátio do Colégio
- Pinacoteca do Estado
- Passeio de Maria-Fumaça em São Paulo
- Teatro Municipal
- Região do Centro Velho
- Roteiro histórico cultural pelo Bixiga

Caminhos do mar

Situado dentro do Parque Estadual da Serra do Mar, é privilegiado por sua localização entre duas importantes metrópoles: São Paulo e Baixada Santista. O local, que abriga inestimável patrimônio ambiental, histórico e cultural, é caracterizado por Mata Atlântica de exuberante beleza cênica e por importante acervo histórico cultural, além de arrojadas obras de engenharia datadas da primeira metade do século XX. A área foi declarada pela UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, como Reserva da Biosfera da Mata Atlântica.

Na década de 70, os monumentos foram tombados pelo CONDEPHAAT - Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo.

Monumentos:

- Pouso Paranapiacaba
- Ruínas
- Belvedere Circular
- Rancho da maioria
- Padrão do Lorena
- Pontilhão da Raiz da Serra

Paranapiacaba

A cidade de Paranapiacaba começou como uma vila de operários, surgindo com a construção da ferrovia Santos-Jundiá. O museu da cidade (Museu Ferroviário de Paranapiacaba) abriga o que pode ser considerado o maior sistema funicular do mundo, ainda o original. No Castelinho (Centro de Preservação da Memória de Paranapiacaba) permanecem ainda instrumentos utilizados pelos ingleses (que deixaram a vila em 1946).

Após um movimento em pró da restauração da vila, o Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico do Estado de São Paulo tombou o patrimônio natural e ferroviário da região.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

<http://www.saopaulo.sp.gov.br/saopaulo>

<http://www.bourbonfest.com.br/index01.htm>

<http://www.paradasp.org.br/modules/news/>

<http://www.saopaulo.sp.gov.br/saopaulo/cultura/teatros.htm>

<http://veja.abril.uol.com.br/vejasp/231105/comercio.html>

www.fphesp.org.br/caminhos - 'Fundação Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo', administradora do 'Polo Ecoturístico Caminhos do Mar'

PARANÁ

De acordo com dados do Ministério do Turismo no Paraná o turismo cultural representa 18,2% dos roteiros turísticos oferecidos, sendo que este ramo da atividade turística integra o Programa de Resgate e Valorização da Cultura Local, dentro da Política Estadual de Turismo, e inclui o turismo religioso e o gastronômico.

Algumas regiões de Turismo Cultural:

-Litoral: Caminhos Históricos da Serra do Mar, com destaque para o Itupava e da Graciosa.

-Campos Gerais: Caminho das Tropas, com a Rota dos Tropeiros.

-Pitanga, Campina do Simão entre outros municípios: Caminho do Peabirú, pré-colombiano

O Turismo Cultural no estado está presente também nas inúmeras manifestações populares como, por exemplo, as Cavalhadas (dramatização da luta entre cristãos e mouros e os torneios medievais) e a Folia de Reis (louvação por foliões que personificam os Reis Magos).

Há ainda os festivais que ocorrem no Estado durante todo o ano, com alguns destaques da cidade de Curitiba: o Festival de Teatro com grande proeminência nacional, que se estrutura em três eventos principais, Mostra de Teatro Contemporâneo Brasileiro, Fringe e Eventos Especiais como lançamentos de filmes e livros e a Feira Internacional de Artesanato que reúne cerca de 1.200 artesãos e permite um encontro das diversas formas de arte nacional e da América latina para um público de aproximadamente 80.000 pessoas.

Fontes:

<http://www.pr.gov.br/turismo/turismo>

<http://www.parana-online.com.br/noticias>

SANTA CATARINA

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Grande Florianópolis**

2- Serra Catarinense

3- Encantos do Sul Catarinense

4- Caminho dos Canyons

Nome do roteiro turístico: **Serra Mar**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Florianópolis

2- Urubici

3- São Joaquim

4- Languna

5- Gravatal

6- Imbituba

7- Jacinto Machado

8- Praia Grande

Florianópolis

A cidade tem igrejas centenárias, como a Catedral Metropolitana, que abriga em seu interior uma escultura de José e Maria em fuga para o Egito entalhada pelo artista tirolês Demetz, e a Igreja de Nossa Senhora da Lagoa da Conceição, exemplo da arquitetura trazida pelos portugueses.

A Igreja da Ordem Terceira de São Francisco da Penitência, no centro da cidade; a de Nossa Senhora do Rosário; a de São Francisco de Paula, construída em 1830, em estilo açoriano, e a de Nossa Senhora das Necessidades, em Santo Antônio de Lisboa, são monumentos históricos e testemunhos da fé e da religiosidade do ilhéu.

Em diversos museus, Florianópolis resgata a história local como por exemplo o Museu Cruz e Souza, no centro da cidade, o Largo da Alfândega e a Praça XV - acredita-se que aquele que dá quatro voltas na figueira centenária do centro da praça encontrará seu grande amor.

O Centro Integrado de Cultura reúne espaços e equipamentos para teatro, vernissages e cinema, e seu auditório principal tem capacidade para 1.000 pessoas.

Outra grande atração da cidade é o artesanato, com a renda-de-bilro, a rede-de-pesca e as esculturas em formato de bruxas. Nos bairros mais antigos pode-se encontrar marcas do folclore açoriano, como Boi-de-Mamão, Pau-de-Fita, Cacumbi ou Ticumbi, Ratoeira, Terno de Reis e Pão-por-Deus. Também são comuns as benzeduras, as crendices e superstições.

São Joaquim

O povo de São Joaquim é formado por uma mistura étnica diversificada - japonês, africano, bugre, italiano, gaúcho, alemão... Cada cultura preserva suas tradições através do folclore, da literatura, das artes plásticas, do artesanato, da dança e da música, nas várias associações étnico-culturais existentes na cidade. Na Casa do Artesão há permanente exposição de peças de artesões locais.

GRAVATAL

Responsáveis pelo desenvolvimento turístico e econômico da região, as águas termais de Gravatal são consideradas as segundas do mundo, superadas em qualidade apenas pelo complexo de Aux-Les Therm, na França.

Atrações culturais: Igreja de São Sebastião, com mais de 150 anos, localizada no centro da cidade, Gruta Nossa Senhora da Saúde e o Santuário do Sagrado Coração de Jesus.

Laguna

Possui um centro histórico com mais de 600 casas e monumentos históricos, tombados pelo Patrimônio Histórico Nacional, além do carnaval de rua.

Atrações turísticas:

-Fonte da Carioca - construída em 1863 por escravos e ampliada em 1906.

-Casa Pinto d'Ulysséa (1866), cópia fiel de uma Quinta Portuguesa, totalmente revestida com azulejos importados de Portugal, um luxo para a época

-Igreja Matriz Santo Antônio dos Anjos da Laguna - o altar em estilo barroco mineiro foi esculpido em 1789, e a parede lateral é enriquecida por uma tela de Victor Meirelles, retratando a Imaculada Conceição, executada em Roma, em 1856.

-Museu Anita Garibaldi e Casa de Anita, onde se mostra a história de Anita Garibaldi, da Revolução Farroupilha e da República Juliana.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

www.sc.gov.br - Governo de Santa Catarina

RIO GRANDE DO SUL

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região Turística Grande Porto Alegre**

2- Região Turística Missões

3- Região Turística Hidrominerais

Nome do roteiro turístico: **Pedras e Águas que Encantam**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

- 1- Porto Alegre**
- 2- Viamão**
- 3- Gravataí**
- 4- Santo Ângelo**
- 5- São Miguel das Missões**
- 6- Santo Cristo**
- 7- Horizontina**
- 8- Boa Vista do Buricá**
- 9- Tenente Portela**
- 10- Derrubadas**

11- Frederico Westphalen

12- Ametista do Sul

Regiões turísticas que o roteiro perpassa: **1- Região Turística Grande Porto Alegre**

2- Região Costa Doce

3- Região Turística Pampa

Nome do roteiro turístico: **Caminho Farroupilha – Tradição e Cultura Gaúcha**

Nome do Município/Distrito/Região Administrativa que está inserido no roteiro turístico:

1- Porto Alegre

2- Guaíba

3- Barra do Ribeiro

4- Guamacã

5- São Lourenço do Sul

6- Pelotas

7- Rio Grande

8- São José do Norte

9- Piratini

10- Bagé

11- Santana do Livramento

12- Rosário do Sul

13- Caçapava do Sul

A região denominada Costa Doce (que inclui as áreas lagunares: Lago Guaíba, o Rio Camaquã, o Canal São Gonçalo e as Lagoas dos Patos, Mirim e Mangueirafoi) foi palco da Revolução Farroupilha (século XIX), acontecimento de grande importância histórica para o Estado. O roteiro turístico relacionado a este acontecimento inclui as estâncias dos líderes farroupilhas, além de destacar a participação das mulheres no movimento e objetos de uso corrente da época. A arquitetura da região, assim como as charqueadas são também importantes marcas deste roteiro.

O investimento inicial no roteiro foi de R\$ 400 mil reais (referente aos custos de consultorias e cursos de capacitação) sendo que esta iniciativa do

Projeto Costa Doce (seu primeiro projeto) visa ao desenvolvimento turístico de vinte municípios (cenário da revolução, entre eles: Guaíba, Camaquã, São Lourenço do Sul, Pelotas, Piratini, Rio Grande e São José do Norte), que foram considerados pelo Sebrae/RS como os lugares com as maiores potencialidades para a atividade turística.

Fontes:

http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/20060327-roteiros_turisticos.pdf#search=%22%22Fortaleza%2C%20Natureza%2C%20Cultura%20e%20Neg%C3%B3cios%22%22

http://www.rsvirtual.net/cgi-bin/dados/webdata_pro.pl

http://www.pelotasconvention.com.br/noticias_detalhe.asp?id_noticia=92

www.wikipedia.org

-

Wikipédia

COLABORADORES:



REALIZAÇÃO:

