

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**  
**Programa de Pós-Graduação em Geografia –**  
**Tratamento da Informação Espacial**

**A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO:**  
**uma abordagem geográfica**

Miriam Péres Abdo

Belo Horizonte  
2016

Míriam Péres Abdo

**A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO:**  
uma abordagem geográfica

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Geografia – Tratamento da Informação Espacial da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como requisito como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Nome: Míriam Péres Abdo

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Magno Alves  
Diniz

Área de concentração: Estudos Urbanos e  
Regionais

Belo Horizonte 2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

A135a Abdo, Míriam Péres  
A atividade turística em Cordisburgo: uma abordagem geográfica / Míriam Péres Abdo. Belo Horizonte, 2016.  
272 f. : il.

Orientador: Alexandre Magno Alves Diniz  
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.  
Programa de Pós-Graduação em Geografia - Tratamento da Informação Espacial.

1. Turismo - Cordisburgo (MG). 2. Turistas. 3. Empresários - Moradores da cidade. 4. Geografia humana. 5. Percepção espacial. I. Diniz, Alexandre Magno Alves. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Geografia - Tratamento da Informação Espacial. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 380.885.4

**Míriam Péres Abdo**

**A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO:  
uma abordagem geográfica**

**Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Geografia –  
Tratamento da Informação Espacial da Pontifícia Universidade Católica de  
Minas Gerais como requisito como requisito parcial para obtenção do título de  
Mestre em Geografia.**

Área de concentração: Estudos Urbanos e  
Regionais

---

**Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup> Alexandre Magno Alves Diniz – PUC MINAS (Orientador)**

---

**Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Diomira Maria Cicci Pinto Faria - UFMG (Banca Examinadora)**

---

**Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cláudia Cristina Rios Caxias da Costa – Faculdade Dom Pedro II de  
Tecnologia (Banca Examinadora)**

Belo Horizonte, 29 de abril de 2016.



## DEDICATÓRIA

“Agradeço a meu Deus toda vez que me lembro de vocês. Em todas as minhas orações em favor de vocês, sempre oro com alegria”. Filipenses 1: 3 - 4.

Agradeço a Deus, por me abençoar com uma família maravilhosa.

Dedico este Mestrado aos meus pais Nilson Abdo e Elisa Maria P.R. Abdo, aos irmãos Silvia, Andréa e Marcelo, que acreditaram, incentivaram e me apoiaram incondicionalmente. À cunhada Lilian pela revisão do texto.

Ao irmão Marcio Túlio, minha cunhada Maria Luiza e os meus sobrinhos Lucas e Gabriel, pelo carinho.

Sem o amor e apoio deles eu não teria conseguido. Amo todos vocês!

## AGRADECIMENTOS

“Digo: o real não está na saída nem na chegada:  
ele se dispõe para a gente é no meio da travessia”.

Guimarães Rosa

Agradeço a todos que de alguma forma contribuíram para a conclusão do Mestrado. Aos professores do Programa de Tratamento da Informação Espacial, que foram fundamentais para ampliação dos horizontes.

À Prof.<sup>a</sup> Vitória Régia P.R.O. Marciano e Prof.<sup>a</sup> Luci Imaculada O. Alves, pelos preciosos conselhos, incentivo, discussões e questionamentos, que enriqueceram o meu trabalho.

Ao meu orientador Prof.<sup>o</sup> Alexandre Diniz, pelo incentivo, tranquilidade e dedicação, que proporcionou a realização da tarefa proposta.

Aos colegas de Mestrado e Doutorado pelo apoio, companheirismo; momentos divididos troca de informações, textos compartilhados, auxílio na pesquisa, principalmente ao João Benvindo, Diego Filipe pela ajuda com *shapfile*. A Maria de Lourdes (Lurdinha) e a Valentina Bonafine pelo incentivo.

Agradeço especialmente ao Ricardo Palhares e ao Pablo Coelho pelos sábios conselhos que transformaram e deram um novo rumo à minha dissertação.

Aos funcionários do programa, pela acolhida carinhosa, dedicação e pelo excelente atendimento.

Meus agradecimentos à Biblioteca da Puc Minas, à Prefeitura Municipal de Cordisburgo, à Secretaria de Turismo Ecologia e Meio Ambiente, ao Instituto Federal de Floresta (IEF), à Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER) ao Museu Casa Guimarães Rosa, ao Monumento Natural Estadual Peter Lund.

Agradeço aos moradores de Cordisburgo pela receptividade e carinho durante a pesquisa.

## RESUMO

A importância do turismo atualmente é evidente por tratar-se de alternativa para diversificar a economia, gerar empregos e melhorar a qualidade de vida dos moradores locais. Por isso atrai a atenção de diversos estudiosos de diferentes áreas, dentre elas a Geografia, que possui interesse social, político, cultural, econômico e espacial. Esta pesquisa teve como objetivo geral compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo. Num primeiro momento fez-se a pesquisa bibliográfica sobre o turismo, a sua história e definição, posteriormente sobre a Geografia do Turismo e a Geografia da Percepção. Em seguida foram aplicados questionários utilizando-se como técnica de coleta de dados a entrevista semi-estruturada, com perguntas abertas e fechadas. O questionário foi direcionado para os turistas com o intuito de levantar o perfil socioeconômico e a percepção deles em relação à sua experiência ao visitar o município de Cordisburgo. Os questionários direcionados para os moradores, empreendedores e poder público buscaram explorar a percepção dos mesmos em relação às potencialidades e entraves relacionados à atividade turística. Após a conclusão da etapa de coleta os dados, estes foram analisados gerando tabelas e gráficos, com a finalidade de contribuir para a conclusão do estudo. Para finalizar a pesquisa foram destacadas nas considerações finais, as percepções de todos os entrevistados e os entraves relacionados à atividade turística.

Palavras-chave: Cordisburgo. Atividade turística. Turista. Moradores. Empreendedores. Poder público. Percepção. Geografia do turismo.

## **ABSTRACT**

It is clear the importance of tourism today as an alternative to diversify the economy, create jobs and improve the quality of life of local residents. So it attracts the attention of many researchers from different fields, among them geography, which has social, political, cultural, economic and spatial interests. This research aimed to understand the natural and cultural tourist potential and impediments to tourism in the municipality of Cordisburgo. Initially the bibliographic research on tourism was done, its history and definition, then on geography of tourism and geography of perception. In a second moment questionnaires were applied using as data collection technique of semi-structured interviews with open and closed questions. The questionnaire was directed to tourists in order to raise the socioeconomic profile and their perception regarding their experience when visiting the city of Cordisburgo. Questionnaires directed toward residents, enterprising and government sought to explore their perception regarding the potential and barriers related to tourism. After the conclusion of collection stage data, they were analyzed generating charts and graphs, in order to contribute to the study's findings. To finalize the research were highlighted in the final considerations, perceptions of all respondents and impediments related to tourism.

**Keywords:** Cordisburgo. Tourism. Tourist. Residents. Entrepreneurs. Public Power. Perception. Geography of tourism.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo da Psicologia Social para a motivação do turismo .....	67
Figura 2 - Litoestratigrafia do Grupo Bambuí .....	115
Figura 3 - Sistemas cársticos. ....	118
Figura 4 - Evolução da Formação Administrativa de Cordisburgo – MG.....	133
Figura 5 - Evolução da formação administrativa do Distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG. ....	135
Figura 6 - Mapa da Lapa Nova de Maquiné, Município de Cordisburgo – MG.....	151

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Imagem de satélite - Hotel e Lazer Arraial do Conto, Município de Cordisburgo – MG.....	177
--	-----

## LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Lagoa Bonita – Distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG. ...	134
Foto 2 - Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG.....	158
Foto 3 - Museu da Gruta do Maquiné, Município de Cordisburgo - MG .....	159
Foto 4 – Museu da Gruta do Maquiné – Rota das Grutas Peter Lund – Marco 5, Município de Cordisburgo – MG.....	160
Foto 5 - Capela do Patriarca de São José, Município de Cordisburgo – MG. ....	162
Foto 6 - Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, Município de Cordisburgo – MG. ....	163
Foto 7 - Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, Município de Cordisburgo – MG. ....	163
Foto 8 - Igreja Nossa Senhora do Rosário, Município de Cordisburgo – MG.....	164
Foto 9 - Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa, distrito de Lagoa Bonita Município de Cordisburgo – MG.....	165
Foto 10 - Restauração do altar da Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa, distrito de Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.....	165
Foto 11 - Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.....	166
Foto 12 - Estação Ferroviária do Município de Cordisburgo- MG. ....	167
Foto 13 - Estação Ferroviária do Município de Cordisburgo – MG.....	168
Foto 14 - Zoológico de Pedra Peter Wilhelm Lund, Município de Cordisburgo – MG. ....	168
Foto 15 - Casa Elefante, Município de Cordisburgo – MG.....	169
Foto 16 - Portal Grande Sertão, Município de Cordisburgo – MG.....	170
Foto 17 - Grupo União do Rosário da Maria – Festa do Divino Espírito Santo, Município de Cordisburgo – MG.....	171
Foto 18 - Rei e Rainha – Festa Divino Espírito Santo, Município de Cordisburgo – MG. ....	172
Foto 19 - Grupo de Contadores de Histórias Miguilim do Museu Casa Guimarães Rosa.....	173
Foto 20 - Apresentação do Grupo Caminhos do Sertão, na XXVII Semana Roseana, 2015. ....	174
Foto 21 - Caminhada dos participantes da Semana Roseana em 2015. ....	175

Foto 22 - Caminhada dos participantes da Semana Roseana em 2015.....	175
Foto 23 - Hotel Pousada das Flores, Município de Cordisburgo – MG.....	178
Foto 24 - Hotel Chico Luzia, Município de Cordisburgo – MG.....	179
Foto 25 - Hotel Nonada, Município de Cordisburgo - MG.....	180
Foto 26 - Restaurante Bar Sarapalha, Município de Cordisburgo - MG .....	181
Foto 27 - Restaurante e Pizzaria “Um conto e Cem”, Município de Cordisburgo – MG. .....	182
Foto 28 - Restaurante Chero’s Bar, Município de Cordisburgo- MG .....	183
Foto 29 - Restaurante, Lanchonete e Sorveteria “Canto da Siriema”, distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG. ....	184
Foto 30 - Cantinho com Prosa, Município de Cordisburgo – MG.....	185
Foto 31 - Centro de Atendimento ao Turista (CAT), Município de Cordisburgo - MG .....	185
Foto 32 - Centro de Artesanato “Geraldo Beraldo de Carvalho” (Bigorna), Município de Cordisburgo – MG.....	186
Foto 33 – Empório do Brasinha, Município de Cordisburgo – MG.....	186



## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Localização do Município de Cordisburgo e os Municípios Limítrofes– MG, 2010. ....	112
Mapa 2 - Geologia do Município de Cordisburgo, MG, 2013. ....	114
Mapa 3 - Declividade em percentual do Município de Cordisburgo – MG, 1994.....	120
Mapa 4 - Bacias Hidrográficas de Minas Gerais, 2002. ....	122
Mapa 5 - Bacia do São Francisco, 2010. ....	124
Mapa 6 - Mapa Planimétrico do Município de Cordisburgo – MG, 2010. ....	126
Mapa 7 - Mapa de vegetação do Município de Cordisburgo – MG (2009). ....	129
Mapa 8 - Distribuição espacial da população do Município de Cordisburgo – MG, 2010. ....	137
Mapa 9 - Região percorrida por Peter Lund em Minas Gerais entre 1834-1840.....	150
Mapa 10 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG. ....	155
Mapa 11 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG. ....	189
Mapa 12 - Origem dos visitantes/turistas espontâneos no Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG, 2014.....	193
Mapa 13 - Origem dos visitantes/turistas internacionais no Museu Guimarães .....	195
Mapa 14 - Origem dos visitantes/turistas espontâneos da Gruta do Maquiné e do Museu Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG. ....	203

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Valores de Precipitação, Temperatura Máxima e Temperatura Mínima (1970-2014).....	121
Gráfico 2 - Pirâmide etária de Cordisburgo e Minas Gerais, de 1991, 2000 e 2010. ....	139
Gráfico 3 - Produto Interno Bruto – Série Histórica .....	141
Gráfico 4 - Visitantes espontâneos no Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG, 2014. ....	192
Gráfico 5 - Fluxo turístico de Cordisburgo por estados brasileiros, 2014. ....	194
Gráfico 6 - Fluxo turístico de estrangeiros em Cordisburgo - MG, 2014. ....	196
Gráfico 7 - Visitantes agendados no Museu Casa Guimarães Rosa, 2014.....	197
Gráfico 8 - Origem dos visitantes agendados no Museu Casa Guimarães Rosa, 2014. Belo Horizonte, Minas Gerais, outras Unidades Federativas. ....	198

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Características de viagem de tipos psicográficos.....	66
Tabela 2 - Municípios e população do entorno da área de estudo.....	112
Tabela 3 - População total, urbana, rural e por gênero. ....	137
Tabela 4 - Índice de Desenvolvimento, Humano do Município de Cordisburgo – MG. .....	142
Tabela 5 - Evolução do IDH do Município de Cordisburgo e Minas Gerais.....	142
Tabela 6 - Gênero de sexo.....	199
Tabela 7 - Faixa etária .....	200
Tabela 8 - Escolaridade .....	200
Tabela 9 - Meios de transporte.....	204
Tabela 10 - Acompanhantes na viagem.....	204
Tabela 11 - Número de visitas a Cordisburgo - MG .....	205
Tabela 12 - Tempo de permanência em Cordisburgo - MG .....	205
Tabela 13 - Tipo de hospedagem.....	206
Tabela 14 - Atrativos turísticos do município de Cordisburgo – MG – Gruta do Maquiné .....	207
Tabela 15 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG – Museu Guimarães Rosa .....	207
Tabela 16 - A sinalização dos atrativos é adequada? .....	208
Tabela 17 - A localização/acesso dos atrativos é adequada?.....	208
Tabela 18 - A informação turística é adequada.....	209
Tabela 19 - Os equipamentos de hospedagem são adequados? .....	209
Tabela 20 - Os equipamentos de alimentação são adequados.....	209
Tabela 21 - Os centros de artesanatos são adequados? .....	210

Tabela 22 - A infraestrutura urbana é adequada? .....	210
Tabela 23 - O receptivo turístico é adequado? .....	210
Tabela 24 - Hotelaria do município de Cordisburgo - MG .....	211
Tabela 25 - Aspectos positivos respondidos pelos visitantes/turistas.....	212
Tabela 26 - Aspectos negativos respondidos pelos visitantes/turistas .....	212
Tabela 27 - O que falta na infraestrutura da cidade Cordisburgo – MG .....	213
Tabela 28 - Sugestões para tornar a cidade melhor adequada ao turismo .....	214
Tabela 29 - Sexo dos respondentes .....	215
Tabela 30 - Faixa etária.....	215
Tabela 31 - Nível escolar .....	216
Tabela 32 - Moradores e empreendedores que nasceram .....	216
Tabela 33 - Tempo de residência em Cordisburgo - MG .....	217
Tabela 34 - Você trabalha em Cordisburgo-MG? .....	217
Tabela 35 - Profissão .....	217
Tabela 36 - Ramo de atividade .....	218
Tabela 37 - Tempo da empresa.....	218
Tabela 38 - Perfil dos clientes.....	219
Tabela 39 - Atrativos turísticos do município de Cordisburgo - MG .....	220
Tabela 40 - Benefícios da atividade turística para Cordisburgo – MG .....	221
Tabela 41- Quais atividades turísticas devem ser exploradas.....	222
Tabela 42 - Você sabe que Cordisburgo faz parte do “Circuito Turístico das Grutas” .....	222
Tabela 43 - Houve melhoria após a criação do “Circuito Turístico das Grutas” .....	223

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Características das unidades geomorfológicas segundo IGA (1983) e Kohler (1989).....	119
--	-----

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ADETUR – Agência de Desenvolvimento Turístico de Minas Gerais  
ANA – Agência Nacional de Águas  
APM - Arquivo Público Mineiro  
CAT – Centro de Atendimento ao Turista  
CBH Rio das Velhas - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas  
CECAV - Centro Nacional de Pesquisa e Conservação de Cavernas  
CEMIG - Companhia Energética de Minas Gerais  
CNTur – Conselho Nacional de Turismo  
CLT – Consolidação das Leis Trabalhistas  
COMBRATUR – Comissão Brasileira de Turismo  
CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais  
CET – Conselho Estadual de Turismo  
CETEC - Fundação Centro Tecnológico de Minas  
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo  
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo  
FASTUR – Fundo de Assistência ao Turismo  
FCA – Ferrovia Centro – Atlântica  
FISET – Fundo de Investimento Setorial  
FUMTUR – Fundo de Desenvolvimento do Turismo  
FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo  
GETUR – Grupo de Trabalho  
HIDROMINAS – Águas Minerais do Estado de Minas Gerais  
IATA - International Air Transport Association  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDH - Índice de Desenvolvimento Humano  
IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal  
IEPHA - Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais  
IGA – Instituto de Geociências Aplicadas  
IGAM - Instituto Mineiro de Gestão das Águas  
INMET - Instituto Nacional de Meteorologia  
IPAC - Inventário de Proteção do Acervo Cultural  
MMA - Ministério do Meio Ambiente

METAMIG - Metais de Minas Gerais S.A  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
ONU - Organização das Nações Unidas  
PIB - Produto Interno Bruto  
PLANITUR- Plano Integrado de Desenvolvimento do Turismo em Minas Gerais  
PLANTUR – Plano Nacional de Turismo  
PMDES – Plano Mineiro de Desenvolvimento Econômico e Social  
PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo  
PNT – Plano Nacional de Turismo  
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
PPAG – Plano Plurianual de Ação Governamental  
PRODETUR – NE - Programa para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste  
PROMINAS – Companhia Mineira de Promoções  
PROMITUR – Programa Mineiro de Turismo  
PRONATEC - Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego  
RFFSA - Rede Ferroviária Federal S.A  
VARIG - Viação Aérea Rio Grandense  
VASP - Viação Aérea São Paulo  
SEE - Secretaria Estadual de Educação de Minas Gerais  
SELT – Secretaria de Estado de Esportes, Lazer e Turismo.  
SETUR – Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais  
SUTUR – Superintendência de Turismo  
TAM – Táxi Aéreo Marília  
TURMINAS – Empresa Mineira de Turismo  
UIOOT - União Internacional de Organismos Oficiais de Turismo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>39</b>
<b>1.1 Objetivos</b> .....	<b>42</b>
1.1.1 <i>Objetivo Geral</i> .....	42
1.1.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	42
<b>1.2 Justificativa</b> .....	<b>43</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO-CONCEITUAL</b> .....	<b>45</b>
<b>2.1 A origem da palavra turismo</b> .....	<b>45</b>
<b>2.2 Definição do Turismo</b> .....	<b>46</b>
2.2.1 <i>1º - Período entre as duas Guerras Mundiais</i> .....	47
2.2.2 <i>2º. Período entre os anos de 1950 e 1970</i> .....	49
2.2.3 <i>3º. Período de 1980 ao início do século XXI</i> .....	50
<b>2.3 Definição de Turista</b> .....	<b>52</b>
<b>2.4 O Sistema Turístico</b> .....	<b>53</b>
2.4.1 <i>Demanda turística</i> .....	60
2.4.2 <i>Oferta turística</i> .....	68
2.4.3 <i>Atrativos turísticos</i> .....	73
2.4.4 <i>Serviços e equipamentos turísticos</i> .....	75
2.4.5 <i>Infraestrutura turística básica</i> .....	77
<b>2.5 A evolução do turismo no Brasil e em Minas Gerais</b> .....	<b>77</b>
2.5.1 <i>Turismo no Brasil</i> .....	78
2.5.2 <i>Turismo em Minas Gerais</i> .....	86
<b>2.6 A Geografia e o Turismo</b> .....	<b>92</b>
2.6.1 <i>Evolução geográfica do turismo</i> .....	93
2.6.2 <i>O Espaço Geográfico apropriado como espaço turístico</i> .....	96
2.6.3 <i>Geografia da Percepção</i> .....	99
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>105</b>
<b>3.1 A fase exploratória</b> .....	<b>105</b>
<b>3.2 A revisão bibliográfica</b> .....	<b>105</b>
<b>3.3 Levantamento de informações secundárias sobre o município de Cordisburgo</b> .....	<b>106</b>
<b>3.4 Processamento, organização e representação de informações secundárias sobre o município de Cordisburgo</b> .....	<b>106</b>
<b>3.5 Levantamento primário de informações sobre os atrativos e infraestrutura turísticos</b> .....	<b>107</b>
<b>3.6 Processamento, organização e representação de informações primárias sobre os atrativos e infraestrutura turísticos</b> .....	<b>107</b>
<b>3.7 Levantamento primário sobre a percepção de distintos atores sobre a atividade turística em Cordisburgo</b> .....	<b>108</b>
3.7.1 <i>Os instrumentos</i> .....	108
3.7.2 <i>A amostragem</i> .....	108
<b>3.8 Processamento e análise de dados primários</b> .....	<b>110</b>
<b>4 CORDISBURGO</b> .....	<b>111</b>
<b>4.1 Caracterização da área</b> .....	<b>111</b>
4.1.2 <i>Posição geográfica</i> .....	111
<b>4.2 Caracterização dos aspectos físicos e biológico de Cordisburgo</b> .....	<b>113</b>



4.2.1 Geologia .....	113
4.2.2. Geomorfologia .....	116
4.2.3. Clima.....	120
4.2.4. Hidrografia .....	122
4.2.5. Vegetação.....	126
<b>4.3 Cordisburgo origem e evolução .....</b>	<b>130</b>
4.3.1 História de Cordisburgo .....	131
4.3.2 Aspectos demográficos e socioeconômicos .....	136
<b>5.0 A OFERTA TURÍSTICA DE CORDISBURGO .....</b>	<b>145</b>
<b>5.1 A política municipal de Turismo.....</b>	<b>145</b>
<b>5.2 O patrimônio cultural e turístico de Cordisburgo .....</b>	<b>146</b>
5.2.1 Atrativos turísticos de Cordisburgo .....	148
5.2.1.1 Atrativos Naturais.....	149
5.2.1.2 Atrativos Culturais.....	157
<b>5.3 Os equipamentos e as infraestruturas.....</b>	<b>176</b>
5.3.1 Os equipamentos de hospedagem .....	176
5.3.2 Equipamentos de Alimentação .....	180
<b>5.4 Serviço de guias e informações turísticas .....</b>	<b>187</b>
5.4.1 Infraestrutura (serviços).....	187
<b>6 DEMANDA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE CORDISBURGO - MG .....</b>	<b>191</b>
<b>6.1 Sazonalidade e procedência de turistas e visitantes dos principais equipamentos turísticos de Cordisburgo.....</b>	<b>191</b>
<b>6.2 Perfil e percepção dos turistas e visitantes de Cordisburgo entrevistados nos principais atrativos turísticos do município .....</b>	<b>199</b>
6.2.1 Perfil socioeconômico.....	199
6.2.2 Procedência dos visitantes/turistas entrevistados .....	201
6.2.3 Visitação .....	204
6.2.4 Percepção dos respondentes sobre a atividade turística.....	206
6.2.5 pontos de vista diversos sobre a atividade turística em Cordisburgo .....	214
6.3.1 O perfil socioeconômico dos atores.....	214
6.3.2 percepções de representantes do poder público, moradores e empreendedores acerca dos benefícios vinculados ao turismo. ....	219
6.3.3 políticas públicas locais voltadas para o turismo .....	222
6.3.4 avaliação do produto turístico de Cordisburgo por parte de empreendedores e agentes do poder público.....	223
6.3.5 sugestões para dinamizar a atividade turística a partir dos olhares de empreendedores, moradores e representantes do poder público. ....	226
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>227</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>231</b>
<b>GLOSSÁRIO .....</b>	<b>246</b>
<b>APÊNDICE A – Linha do Tempo .....</b>	<b>250</b>
<b>APÊNDICE B - Termo de Consentimento e questionários .....</b>	<b>253</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Para a Organização Mundial de Turismo (OMT) em sua publicação Panorama da OMT do Turismo Mundial na edição 2014, o turismo tem possibilitado significativo desenvolvimento econômico em esfera Mundial, considerando que cada vez mais pessoas viajam pelo mundo, para realizar negócios, lazer, educação, etc.

Para a OMT (2014) atesta que o turismo internacional experimentou, um aumento de 5%, no movimento de chegada de turistas internacionais em 2013, atingindo um recorde de 1.087 milhões de chegadas em todo o mundo.

Ainda segundo os dados da OMT o turismo em 2014 deverá continuar crescendo com uma taxa entre 4,0% e 4,5% em todo o mundo, sendo as regiões com as melhores perspectivas de crescimento a Ásia-Pacífico (+ 5% e + 6%), seguida pela Europa e Américas (entre + 3% e + 4%), já o Oriente Médio (de 0% a + 5%), apresenta uma perspectiva positiva.

O crescimento do turismo no cenário internacional alcançou em 2012 um volume que ultrapassou a cifra de um bilhão de pessoas, devendo dobrar até 2030. A expectativa para o crescimento da população mundial deverá variar de sete bilhões em 2013, para nove bilhões em 2050, resultando em uma mudança nos padrões de viagens, que contemplará consumidores cada vez mais numerosos e exigentes. Diante dessa crescente demanda, um número expressivo de novos empregos diretos inevitavelmente deverá ocorrer nas áreas de hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas, transportes de passageiros, restaurante e lazer.

Sensíveis a essas vastas possibilidades, a ênfase no desenvolvimento do turismo no Brasil teve seu início em 1966, com a criação de instituições como o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) em 1966, o Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) em 1971, o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) em 2001, e o Ministério do Turismo em 2003, este último, desmembrado do Ministério do Esporte e Turismo. Essas instituições possibilitaram o fomento, o desenvolvimento e o crescimento do turismo em nível nacional e internacional. Afinal, segundo Dias e Aguiar (2002, p.19), “o Brasil tem um grande potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas, e poderia ampliar a sua participação no PIB de forma significativa”. Segundo estimativas do Ministério do Turismo “os dados mostram que o turismo contribui com 3,7% do PIB brasileiro, gerando cerca de US\$ 76,1 bilhões” (IBGE 2009).

Ainda assim, o setor tem muito a crescer, sendo diversas as especificidades regionais a ele relativos.

Interessado nessas possibilidades, o Estado de Minas Gerais, por intermédio da Secretária de Turismo (SETUR) criou em 2003 o “Circuito Turístico<sup>1</sup>”, de modo a promover a descentralização da atividade em Minas Gerais, intensificando o potencial desenvolvimentista da atividade.

Note-se, que o Circuito Turístico é resultante da iniciativa dos municípios em reunir, gestores públicos, iniciativa privada e sociedade civil, com o objetivo de planejar, estruturar e fomentar a atividade turística em uma dada região, representando assim, uma inovação na forma de gestão e desenvolvimento da atividade turística no Estado.

Esse programa foi pioneiro no Brasil, tendo sido implantado antes do Programa de Regionalização do Turismo, proposto pelo Ministério do Turismo em 2004, com o objetivo de promover desenvolvimento do turismo em todo o território nacional, apoiando a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada.

Os primeiros relatos sobre os Circuitos Turísticos em Minas Gerais surgiram, segundo Pereira (1999), em torno da fama das águas medicinais que compõem o circuito hidrotermal do Estado, com destaque para as cidades de Poços de Caldas, Cambuquira, Caxambu, Lambari, São Lourenço e Araxá. No Governo do Presidente Dr. Francisco Sales (1898 a 1902), incentivou-se a criação de prefeituras nas localidades que integravam o “Circuito das Águas”, que tiveram o seu apogeu em 1920 (PEREIRA, 1999).

Várias décadas depois, em 1980, Ouro Preto como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, despertando, assim, o interesse pelo turismo cultural e histórico. Em decorrência deste interesse foram realizados estudos históricos e culturais do estado de Minas Gerais, com destaque para o Atlas dos Monumentos Históricos e Culturais de Minas Gerais: circuito do ouro, realizado pela Fundação João Pinheiro em 1981, que destaca o circuito do ouro, circuito Santa Barbara e o

---

<sup>1</sup> Circuito turístico pode ser entendido como:

“... um conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma atividade regional.” (Definição contida no § 1º do Art. 1º - Decreto lei 43321 2003 de 08/05/2003).

circuito do diamante. Este atlas tinha como objetivo o estudo histórico e cultural de uma ampla região do Estado de Minas Gerais, bem como a análise artística, a valorização e a divulgação de seu acervo, composto por grande número de monumentos arquitetônicos do século XVIII e XIX. (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1981, p.1).

Estes dois circuitos, do Ouro e das Águas, foram incorporados aos 45 Circuitos Turísticos, dentre eles o da capital – Belo Horizonte, criados pela SETUR em 2003.

Estes circuitos foram agrupados, de acordo com suas afinidades culturais, sociais e econômicas nas seguintes regiões: Central, Zona da Mata, Sul de Minas, Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Centro Oeste de Minas, Noroeste de Minas, Norte de Minas, Vale do Mucuri e Rio Doce.

Dentre os 45 circuitos turísticos promovidos pela SETUR destaca-se o Circuito das Grutas, que foi registrado como Associação do Circuito Turístico das Grutas (ACTG) em 22/11/2000, sendo compostos pelos seguintes municípios Baldim; Caetanópolis; Capim Branco; Cordisburgo; Jequitibá; Lagoa Santa; Matozinhos; Paraopeba; Sete Lagoas e Vespasiano. Por sua vez, no contexto do Circuito Turístico das Grutas, o município de Cordisburgo ganha projeção, uma vez que detém o maior número de atributos desejáveis para o desenvolvimento do turismo e a maior área física, quando comparada aos demais municípios do circuito das Grutas. Seu perfil geográfico oferece atrativos naturais como a Gruta do Maquiné, a primeira a ser aberta à visitação pública no Brasil em 1908, com vasta riqueza de feições cársticas, estudada pelo naturalista Dinamarquês Peter Wilhelm Lund em 1834. Maquiné teve a antecedência na iluminação artificial, inaugurada em 8 de março de 1967, dispondo hoje de iluminação com luzes LED, com controle por sistema informatizado.

Destaca-se, ainda, o Museu Casa de Guimarães Rosa, importante atrativo cultural de Cordisburgo, criado em homenagem ao escritor mineiro João Guimarães Rosa, de renome nacional e internacional, autor de importantes obras como, o romance “Grande Sertão: Veredas”, que faz menções explícitas a Cordisburgo, sua terra natal.

Apesar de toda a riqueza natural e cultural, aliada à facilidade de acesso desde a capital do Estado e outras cidades consideradas polos econômicos e a turísticos regionais, a maneira como a atividade turística vem se desenvolvendo em

Cordisburgo diverge das expectativas da SETUR em relação ao turismo no município. Em Cordisburgo a estrutura de apoio ao turista ainda é limitada e carente de meios de hospedagem, restaurantes, agências de turismo e lojas de artesanato. Some-se a isso o fato do transporte intermunicipal ser insuficiente para atender os moradores e turistas, e da economia local ser pouco dinâmica, sendo em grande medida, vinculada à agricultura.

A população rural, segundo o censo do IBGE (2010), vem decrescendo, e se caracteriza por um baixo grau de escolaridade com uma renda per capita menor do que um salário mínimo. Na cidade não há ensino técnico ou superior, obrigando a saída dos jovens para outros centros, sendo que o índice de pobreza divulgado pelo IBGE (2010) era de 40,12%. Por outro lado, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) constitui fator de alento, pois se comparando os valores de 1991(0,415), 2000 (0,567) e 2010 (0,656) notam-se alguns avanços sociais importantes, como na saúde, educação.

Do ponto de vista da geração de riquezas, o turismo tem apresentado um discreto crescimento, demandando uma maior capacitação dos recursos humanos para atender aos visitantes nacionais e internacionais, e assim possibilitar um maior desenvolvimento econômico, através dos vários segmentos da atividade turística.

A análise destes desafios para o desenvolvimento econômico, integrado com a atividade turística em Cordisburgo, se constituiu no estímulo para a elaboração deste projeto de trabalho acadêmico.

## **1.1 Objetivos**

### *1.1.1 Objetivo Geral*

Este trabalho objetiva compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo.

### *1.1.2 Objetivos específicos*

- a) Identificar e mapear os principais atrativos turísticos naturais e culturais em Cordisburgo;
- b) Identificar e mapear a infraestrutura turística em Cordisburgo;

- c) Levantar o perfil e a percepção dos visitantes e turistas de Cordisburgo em relação à sua experiência no município;
- d) Explorar a percepção dos comerciantes prestadores de serviços turísticos moradores e representantes do poder público local em relação às potencialidades e entraves relacionados à atividade turística.

## **1.2 Justificativa**

Localizada na porção central de Minas Gerais, em área de ocorrência de calcário, o município de Cordisburgo apresenta vasto potencial turístico, associado às áreas física, científica, literária, artística e pedagógica, que podem ser viabilizadas, economicamente, por se apresentarem interligados, com: vegetação, clima, relevo, hidrografia; e aos atrativos históricos, culturais e religiosos. Para Kohler (1989) a beleza cênica da paisagem exocárstica e endocárstica, testemunhos paleontológicos (plantas e animais) e humanos (pré-históricos e históricos), possibilitam o turismo cultural, de lazer e pesquisa. Na região de Cordisburgo existem muitas cavernas, a maioria não disponibilizada à visitação pública, dentre estas, as mais estudadas são as grutas do Tobogã com 1.000m de extensão, do Salitre com 1.098m e da Morena com 4.620m (TRAVASSOS, 2007).

O município oferece além da visitação à Gruta do Maquiné e áreas do carste, outras atividades culturais, como: Semana Roseana, Caminhada Eco literária, dentre outras, que atraem os turistas nacionais e internacionais e contribuem com a economia local.

O presente trabalho justifica-se, portanto, pelo empenho em analisar uma área de grande diversidade em atributos naturais e culturais, conhecida desde o início do século XX, levantando dados que subsidiarão um diagnóstico, fundamental ao desenvolvimento, não apenas do turismo, mas, sobretudo, na promoção do seu crescimento econômico sustentável.



## 2. REFERENCIAL TEÓRICO-CONCEITUAL

Ao longo dos séculos XIX e XX fica evidente a necessidade de conceituar o turismo e a atividade turística, devido a sua relevante importância econômica a nível mundial. Este processo de definição envolveu diversos autores em períodos diferentes, que tentaram exprimir o pensamento vigente, não somente sobre turismo, mas também o de turista.

O presente capítulo versa sobre a evolução histórica da abordagem científica sobre o turismo, encontrando-se estruturado em cinco partes: a primeira deter-se-á na origem do conceito “turismo”; a segunda na evolução do conceito; e a terceira no conceito de “turista”. Posteriormente, apresentar-se-á a teoria do sistema turístico, visando uma melhor compreensão da atividade; seguida da discussão sobre a atual política pública de turismo do Brasil e de Minas Gerais. Por fim, uma explanação sobre o tratamento geográfico da atividade turística será apresentado.

### 2.1 A origem da palavra turismo

A etimologia da palavra “turismo”, segundo Torre Padilla (1994), Dias e Aguiar (2002), deriva do latim. Suas raízes são *tour* e *turn* do substantivo *tornus*, do verbo *tornare*, significando que a viagem tem ida e volta, ou seja, “viagem circular”. Outra interpretação dada ao vocábulo *tour* tem origem no hebraico, citado na Bíblia, na passagem de Números 13:17, quando Moisés segue as orientações do Senhor para enviar homens com a intenção de espiar Canaã, no intuito de colher informações gerais sobre a terra e os homens que a habitavam, ou seja, com o sentido de exploração.

Segundo Fernández Fúster (1991a), a palavra *tur*, não consta no hebreu moderno, conotando o conceito de “viagem de descoberta”, reconhecimento, exploração. A palavra *tour* tem origem no inglês no século XVIII, mas no século XII já existia um vocábulo *torn*, posteriormente, a aparece à expressão “*to take a turn*” em 1746, sendo utilizada depois a expressão “*to make a tour*” em 1760. Segundo a maioria dos dicionaristas a palavra *tour* teve origem inglesa no século XVIII, aparentemente do galicismo, do francês *tour*, surgem então, os vocábulos “*tourism*” e “*tourist*”, de apropriação inglesa para caracterizar uma atividade que se iniciou na Inglaterra.



Ainda conforme Fernández Fúster (1971, p. 26, tradução nossa)<sup>2</sup> em seus princípios históricos, e no sentido simples e vulgar da palavra, sempre entendeu que o turismo é somente “viagem por prazer”.

## 2.2 Definição do Turismo

A conceituação do turismo, ao longo do tempo, tem sido proposta por diversos autores, de acordo com os pensamentos de cada época, demonstrando a complexidade exigida na sua conceituação. As primeiras definições, a princípio, relacionam-se as viagens de modo geral, para depois complementá-las com os deslocamentos, tempo de permanência e o motivo da atividade turística, se lucrativa ou não.

A partir do século XIX, surge um marco para o turismo, através do inglês Thomas Cook, que introduz as viagens organizadas, trazendo uma grande mudança para o desenvolvimento da atividade. Em decorrência dos avanços tecnológicos iniciados a partir do pós-guerra, ficam em evidência as transformações ocorridas na sociedade. Com essas transformações nasce à necessidade de novas discussões sobre a conceituação de turismo para torná-lo mais atual. Outros pontos devem ser considerados (sociais, ambientais e econômicos), aumentando, assim, a dificuldade na sua definição, pois o turismo atual apresenta segmentações, que podem ser organizadas em quatro critérios (OMT, 1998, p. 288, tradução nossa<sup>3</sup>):

1. demográficos: idade dos consumidores, sexo estilo de vida das famílias e renda;
2. geográficos: nação, estados, regiões e cidades;
3. psicológicos: segundo o comportamento do consumidor (motivos para viajar, características do turista, necessidades e preferências); e
4. econômicos.

---

<sup>2</sup> En sus principios históricos, y en el concepto simple y vulgar de la palabra, se ha entendido siempre que turismo es solamente "viaje por placer".

<sup>3</sup> demográficos (edad de consumidores, sexo, estilo de vida de las familias, ingresos, etc.); geográficos (nación, estados, regiones, ciudades, etc.); psicológicos, es decir, según comportamientos del consumidor (motivaciones para viajar, características del turista, necesidades y preferencias, etc.); económicos, etc

Por sua vez, o Ministério do Turismo (2013) estabelece os seguintes segmentos do mercado turístico: cultural, rural, de aventura, ecoturismo, turismo náutico, de pesca, estudos e intercâmbio, negócios e eventos e sol e praia.

Para uma melhor compreensão dos conceitos de turismo apresentados ao longo do tempo, notabilizam-se três grandes momentos: período entre as duas guerras mundiais; o período entre os anos de 1950 e 1970; e o período de 1980 ao início de século XXI.

### *2.2.1 1º - Período entre as duas Guerras Mundiais*

O turismo cresce e se torna matéria de investigação a partir do século XIX. As palavras turismo e turistas são utilizadas, com o significado exibido pelo dicionário inglês *The Shorter Oxford English Dictionary*, publicado entre os anos de 1810 e 1811. Sendo, “Turismo”: a teoria e a prática de viajar, por prazer, e “Turista” a: pessoa que faz uma ou mais excursões, especialmente alguém que faz isso por recreação. Alguém que viaja por prazer ou cultura, visitando vários lugares por seus objetivos de interesse, paisagem, etc.

Os autores Barretto (2000) e Torre Padilla (1994) destacam os pesquisadores que de alguma forma contribuíram para a definição do turismo, como os da escola de Berlim e Polônia. A definição mais antiga foi postulada pelo economista austríaco Herman von Schullern, em 1911, “o turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e retorno do turista, e na saída do turista de um determinado município, país ou estado” (BARRETTO, 2000, p.9). A sua concepção tratava apenas do caráter econômico do turismo, não considerando outras dimensões como, por exemplo, o deslocamento e a permanência.

O signatário da escola de Berlim, Robert Glucksmann (1929) definiu a atividade como: “Turismo é um vencimento do espaço por pessoas que vão a um local onde não possuem residência fixa” (GLUCKSMANN 1929 apud FERNÁNDEZ FÚSTER, 1991a, p.23, tradução nossa)<sup>4</sup>. Esta definição foi refeita por Glucksmann (1935), antes da 2ª Guerra Mundial para melhor adequar a condição atual do turismo.

---

<sup>4</sup> Turismo es un vencimento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no pose en lugar fijo de residencia.

A correção realizada pelo autor Glucksmann, em relação ao conceito de turismo ressalta a necessidade do cuidado na elaboração do pensamento ligando-o somente ao movimento dos turistas, pois existem outras interações. Esta preocupação se justifica, pois a definição de Schwick (1929 apud Fúster 1991a) sugere que o turismo representa o “Movimento de pessoas que abandonam temporariamente o lugar de sua residência permanente por qualquer motivo relacionado com o espírito, o corpo ou a profissão” (SCHIWINK 1929 apud FÜSTER, 1991a, p.23, tradução nossa) <sup>5</sup>. Nota-se que Schwinck acrescenta a dimensão temporalidade ao conceito.

Diferentes autores contribuíram com a evolução do conceito de turismo, apresentando outros aspectos como o turismo de luxo e o turismo de prazer, mas mantiveram com preponderância a preocupação com o movimento das pessoas.

Morgenroth (1937 apud Fúster 1991a) interpreta o turismo de luxo como sendo o tráfego de pessoas que se deslocam para outro local com o objetivo de satisfazer suas necessidades e desejos culturais, mas que continuam sendo apenas consumidores de bens econômicos e culturais.

Além do turismo de luxo, em 1930 o conceito de turismo de prazer predominante na primeira metade do século XIX até a 2ª Guerra Mundial, segundo Bormann (1930 apud Fúster 1991a) definiu o turismo como sendo um conjunto de viagens temporais, que têm como objetivo o prazer, podendo ser comercial, profissional ou outros, e ainda ressalta que o deslocamento do local de sua residência ao trabalho não pode ser caracterizado como turismo.

Estes dois autores entendem que o turismo voltado para o consumo de luxo, típico da elite devido ao seu poder econômico, ainda era restrito a poucas pessoas.

Por sua vez pela, escola polonesa, o autor Lesczyck (1937 apud Barretto 2000, p. 10 e 11) define que “o movimento turístico é aquele no qual participam os que durante um certo tempo residem num certo local, como estrangeiros ou forasteiros e sem caráter lucrativo, oficial (de serviço) ou militar”.

Lesczyck (1937) complementa questionando o caráter lucrativo, ou seja, viagens por motivos não profissionais. Segundo Fernández Fúster (1991a), a definição mais aceita e mais completa foi feita pelos os suíços Kurt Krapf e Walter Hunziker da Universidade de Berna em 1942, que entendem o turismo como um

---

<sup>5</sup> Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente, por cualquier motivo relacionado con el espíritu, el cuerpo o la profesión.

conjunto de relações e fenômenos caracterizado pelo deslocamento e permanência das pessoas, sem o caráter lucrativo.

Nota-se que as definições de turismo, ao longo deste período podem ser caracterizadas pelo tráfego de pessoas, pela temporalidade, pelo deslocamento, pela classe social, pela condição econômica e pelas motivações, todas estas características ensejaram um maior aprofundamento na conceituação.

### *2.2.2 2º. Período entre os anos de 1950 e 1970*

Após a Segunda Guerra Mundial o turismo se consolidou, expandiu e profissionalizou, principalmente, o turismo de massa, tornando-se um fenômeno acessível a todas as classes sociais. Esta expansão foi devida ao progresso econômico, às facilidades de comunicação, desenvolvimento dos meios de transporte, conquistas trabalhistas, etc.

Neste período o turismo passou a ser tratado de forma mais profissional, suscitando o desenvolvimento de estudos de várias ciências e também do próprio turismo promovendo a sua evolução no meio acadêmico e nas pesquisas científicas. As mudanças ocorridas neste período refletiram-se nas novas tentativas de defini-lo, e passaram a ressaltar os novos aspectos relativos ao fenômeno, como as rotas turísticas, serviços e, impactos causados no receptivo.

O autor Jafar Jafira (1994 apud Beni 2007) aponta sua visão do turismo como a atuação da atividade turística sobre os destinos receptores, e a incorporação de teorias e conceitos de campos afins ao estudo do Turismo, como a Sociologia, Economia, Geografia, Antropologia, Ciências Políticas e Estudos Urbanísticos.

A definição de turismo dada por Fernández Fúster (1991a) e Torre Padilla (1994) apresenta o turismo como sendo um fenômeno e de massa, produzido pelo aumento de pessoas que agora viajam com diferentes motivações (recreação, descanso, cultura ou saúde).

Fernández Fúster (1991a) menciona que o turismo pode ter efeitos negativos ou positivos, produzidos nas populações receptoras e não receptoras, podendo ser econômicos, sociais, religiosos, etc., pelo “contágio” de estrangeiros com estas populações. Este efeito negativo também pode ocorrer no núcleo receptor quando o fluxo de turistas é cortado, exigindo do município, estado ou país, um planejamento que possibilite manter o seu desenvolvimento econômico.

### 2.2.3 3º. Período de 1980 ao início do século XXI

A partir de 1980 houve um crescimento contínuo do turismo, apesar das crises econômicas, políticas e sociais, que provocaram uma maior abrangência na definição de turismo e dos novos cenários turísticos, porque não se restringiu apenas ao âmbito de alguns autores, ou escolas, mas às instituições ligadas às atividades turísticas.

A instituição The Tourism Society e a Organização Mundial de Turismo tornaram públicas as suas proposições. A instituição The Tourism Society criada em 1977, é uma associação profissional para pessoas que trabalham em todos os setores da economia visitante. A instituição definiu assim análogo conceito de visitante, “alguém que está a fazer uma visita a um destino principal fora seu / sua residência habitual, por menos de um ano para qualquer finalidade principal [inclusive] férias, lazer e recreação, negócios, saúde, educação ou outros fins...” (THE TOURISM SOCIETY, 2015, tradução nossa) <sup>6</sup>.

A definição adotada pela Organização Mundial de Turismo (OMT) indica que, o “turismo compreende as atividades desenvolvidas por pessoas que viajam em diferentes lugares fora do seu ambiente habitual, por um período de menos de um ano consecutivo para o tempo de lazer, negócios e outros”. O conceito de turismo adotado oficialmente pelo Ministério do Turismo do Brasil (2014, p. 4), similar aos anteriores, é definido como “atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Estas definições sugerem que toda pessoa que viaja está realizando turismo, mas apesar de os viajantes estarem usando a infraestrutura turística, há algumas peculiaridades a serem consideradas; como salientam os autores a seguir.

Barretto (2000) ressalta a diferença entre turismo e viagem. Segundo a autora, o turismo inclui as viagens, mas nem toda viagem é turismo, podendo haver viagens de negócios, estudos, visitas a familiares, etc. Entretanto, a materialização das viagens baseia-se na mesma infraestrutura que dá suporte ao turismo (hotéis, transporte e agência de viagens). Fernández Fúster (1991a) salienta que apesar do

---

<sup>6</sup>Tourismis defined as the activities of persons identified as visitors. A visitor is someone who is making a visit to a main destination outside his/her usual environment for less than a year for any main purpose [including] holidays, leisure and recreation, business, health, education or other purposes.

viajante não estar fazendo turismo, ele terá horas livres que poderão ser dedicadas à realização do turismo, como visitar museus, monumentos, parques, ou simplesmente passear pela cidade.

As definições de turismo sempre abordam o tempo de permanência do turista em um determinado local, sem ter algum caráter econômico envolvido, pois o turismo engloba prazer e lazer. Muitas são as definições e autores que tratam sobre turismo apesar da amplitude, alguns elementos são comuns a todas as estas definições, sendo emblemática a proposta de Beni (2007) que introduz o termo “viagem” como o sentido semelhante ao deslocamento, diferindo dos outros autores, como apresentado abaixo:

- **Viagem ou deslocamento:** elemento implícito na noção de turismo, sem o deslocamento não existe o turismo; este é um elemento indispensável;
- **Permanência fora do domicílio:** estritamente vinculado à viagem, a duração dessa permanência auxilia na caracterização, na classificação do fluxo, na solicitação do equipamento receptivo.
- **Temporalidade:** é uma característica importante para a conceituação, uma vez que o viajante precisa retornar ao ponto de origem. Diferente de um emigrante, pois fixa moradia temporária ou permanente e do deslocamento necessário para o trabalho.
- **Objeto do turismo:** traduz-se no equipamento receptivo e no fornecimento dos serviços para a satisfação das necessidades do turista, que se denomina Empresa de Turismo.

Torre Padilla (1994) e Barretto (2000) reforçam que os conceitos de turismo não incluem somente os turistas, mas todas as relações que derivam o turismo, sendo, portanto necessário o preparo de toda a infraestrutura do turismo como, por exemplo, hotéis, receptivos, as vias de acesso, transporte, alimentação e etc. O preparo da infraestrutura do turismo reflete as novas tendências do estilo de vida e do comportamento do consumidor, uma vez que é influenciado pela globalização, sendo um mercado consumidor mais exigente e preocupado com o meio ambiente.

Neste sentido tomou-se por base, o conceito dos termos “turismo” para caracterizar a atividade como um todo, e “viagem” para os trajetos ou

deslocamentos espaciais, um dos elementos componentes do turismo, de acordo com os autores consultados.

### 2.3 Definição de Turista

O mesmo esforço empreendido pelas organizações governamentais e empresas de turismo na tentativa de definir “turismo” também se aplicou na conceituação de “turista”. Segundo Beni (2007), desde a década de 1930 buscava-se a definição de turista, de modo a diferenciá-lo de outros viajantes, e servir de base para estudos, acompanhamento de processo e, geração de estatísticas comparáveis.

A definição de turista no âmbito internacional passou por períodos de ajustes. A primeira definição técnica foi proposta em 1937 pelo Comitê de Peritos em Estatísticas da Liga das Nações, como “pessoa que visita um país que não seja o de sua residência por um período de, pelo menos, vinte e quatro horas”, que segundo Beni (2007) serviu de base para as futuras definições. No entanto, Andrade (2004), pondera que, esta definição não foi bem aceita, pois apresentava interpretações tendenciosas, fato que suscitou a criação de outros conceitos.

Em 1954 a ONU definiu o turista como:

Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e o máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, apud IGNARRA, 2003, p.15).

Segundo Andrade (1992), em 1963 a Conferência sobre Viagens Internacionais e Turismo, reunida em Roma, reafirma o conceito proposto pela ONU, mas substitui a expressão turista por visitante, para fins estatísticos internacionais. O termo turista, excursionista e visitante, empregados muitas vezes como sinônimos, necessitavam de uma definição mais precisa, sendo enunciados por Beni (2007) como:

Turista: visitante temporário que permaneça pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências;

Excursionista: visitante temporário que permaneça menos de vinte e quatro horas no país visitado (incluindo de cruzeiros marítimos);  
Visitante: pessoa que visita um país que não seja o de sua residência, por qualquer motivo, e que nele não venha a exercer ocupação remunerada.  
(BENI, 2007, p.35)

Estas definições foram aceitas pela Organização Mundial de Turismo em 1968, passando então a incentivar outros países a adotá-las. Beni (2007) ressalta as dificuldades para definição do turismo devido ao tamanho e a natureza multifacetada do mercado turístico.

Afinal, segundo Theobald (2002, p. 27) “durante todo o curso da história as pessoas têm viajado para realizar transações comerciais, por motivos religiosos, econômicos, guerra, migrações e por razões igualmente prementes”, possibilitando assim o crescimento econômico e social de diversos países. Junto com este crescimento econômico veio também a sua diversidade e a sua fragmentação, resultando na dificuldade de conceituação, como já demonstrado anteriormente, na definição de turismo e turista.

A ausência de definições universais dificulta o estudo do tema, portanto o termo “turista” é entendido como o viajante cujo deslocamento espacial é caracterizado pela saída de sua cidade de origem, sem a intenção de trabalhar e nem de fixar residência no local de destino.

Entretanto, para estudar o turismo de forma adequada é necessária uma metodologia sistematizada, que servirá para compreender os elementos básicos da atividade. A teoria dos sistemas que será abordada a seguir serve como ferramenta para analisar o movimento turístico e o seu desenvolvimento, além de contribuir para uma melhor compreensão do conceito de turismo.

## **2.4 O Sistema Turístico**

No entendimento de Sancho (1998) a atividade turística é uma relação de diferentes fatores que devem ser considerados de forma sistemática, através de quatro elementos básicos que se relacionam e evoluem:

1. A demanda: formada por um conjunto de consumidores ou possíveis consumidores – de bens e serviços turísticos;
2. A oferta: composta por um conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidos ativamente na experiência turística;



3. O espaço turístico: base física onde tem lugar a conjunção ou encontro entre a oferta e a demanda e onde se situa a população residente, que se bem não é em si mesma um elemento turístico, se considera um importante fator de coesão ou desintegração, segundo ele teve em conta na hora do planeamento da atividade turística;
4. Os operadores do mercado: são aquelas empresas e organizações cuja função principal é facilitar a inter-relação entre a oferta e a demanda. Se enquadram nesta consideração as agências de viagens, as companhias de transporte regular e aqueles órgãos públicos e privados que, mediante o trabalho profissional, são arquitetos da gestão e/ou promoção do turismo. (SANCHO, 1998, p 45, tradução nossa)<sup>7</sup>

Estes elementos básicos constituem os subsistemas do turismo dentro do Sistema de turismo (SISTUR) elaborado por Beni (2007), devido à necessidade de uma análise e uma metodologia mais científica para estudar o fenómeno turístico.

Para melhor compreensão do Sistema de Turismo é necessário antes ter uma ideia sobre a Teória Geral do Sistema.

O sistema é definido por Cunha (2001, p. 110) “como um conjunto de elementos inter-relacionados, coordenados de forma unificada e organizada, para determinados objectivos”. O sistema funciona em conjunto, ou seja, se um elemento for modificado este provocará mudança no outro, e para que um sistema funcione de forma eficaz todos os elementos devem estar organizados.

Para Thornes e Brunnsden (1977) citado por Christofolletti, 1979, p.10 definem o sistema como: “conjunto de objetos ou atributos de suas relações, que se encontram organizados para executar uma função particular”.

De acordo com Bertalanffy (2010), vários cientistas estudaram o conceito de sistemas ao longo da história, embora o termo “sistema” não tenha sido empregado, em muitas áreas, houve aceitação, mas, em outras áreas o conceito de sistema foi questionado, mas ficou evidente a necessidade o estudo sobre sistema:

Nas últimas duas décadas nós testemunhamos à emergência do “sistema” como conceito chave da pesquisa científica. Evidentemente, os sistemas já

---

<sup>7</sup> 1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.  
 2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.  
 3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.  
 4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

eram estudados há séculos, mas algo novo foi agora acrescentado... A tendência a estudar os sistemas como uma entidade e não como um aglomerado de partes está de acordo com a tendência da ciência contemporânea que não isola mais os fenômenos em contextos estreitamente confinados, mas abre-se ao exame das interações e investiga setores da natureza cada vez maiores. Sob a égide da pesquisa dos sistemas (e seus numerosos sinônimos) assistimos também à convergência de muitas criações mais especializadas da ciência contemporânea. (ACKOFF, 1959, apud BERTALANFFY, 2010, p.28).

Bertalanffy (2010, p.62) definiu sistema como “conjunto de elementos em interações”, consideração vaga e muito geral da qual não se podia extrair grande coisa dela.

A “Teoria Geral dos Sistemas” surgiu em meados do século XX, postulado por Karl Ludwig von Bertalanffy (1950), num momento de grandes transformações da ordem política, social, econômica e cultural. É uma ciência geral da “totalidade”, os principais propósitos da Teoria Geral dos Sistemas, são:

- 1) Há uma tendência geral no sentido da integração nas várias ciências, naturais e sociais.
- 2) Esta integração parece centralizar-se em uma teoria geral dos sistemas.
- 3) Esta teoria pode ser um importante meio para alcançar uma teoria exata nos campos não físicos da ciência.
- 4) Desenvolvendo princípios unificadores que atravessam “verticalmente” o universo das ciências individuais, esta teoria aproxima-nos da meta da unidade da ciência.
- 5) Isto pode conduzir à integração muito necessária na educação científica. (BERTALANFFY, 2010, p.62)

Os sistemas podem ser classificados como fechados e abertos. Bertalanffy (2010) considera o sistema fechado quando estão isolados de seu ambiente e o sistema aberto para todo organismo vivo.

Cunha (2001) entende o sistema fechado como: “é um objeto ou um ser que não revela nenhuma ação ou comportamento perceptível do exterior, sem entradas (*inputs*) nem saídas (*outputs*)”.

De acordo com Lainé (1989), qualquer objeto pode ser sistema aberto, desde que atenda o paradigma sistêmico:

- a) o objeto é constituído por **estruturas** ou está em estruturação;
- b) visa determinadas **finalidades**;
- c) evolui no tempo: é **evolutivo**;
- d) tem uma certa atividade: **comportamento**;
- e) situa-se num **ambiente** com o qual estabelece relações. (LAINÉ 1989 apud CUNHA, 2001, p. 111, grifo do autor).

De acordo com Palhares e Panosso Netto (2012) a teoria do sistema serve para auxiliar nos estudos turísticos mundiais. A teoria mais utilizada no exterior é do Leiper (1979), onde ele propõe cinco elementos para compor o sistema turístico. Entre estes cinco elementos, três são geográficos, os elementos são influenciados pelos fatores ambientais externos, da mesma forma que causa impactos em vários ambientes como: o humano, sociocultural, econômico, teológico, físico, político.

Os cinco elementos de Leiper (1979) são:

1. A região de origem dos viajantes (a origem ou o ambiente usual de convivência dos viajantes);
2. Região de trânsito que interliga a origem aos destinos;
3. Região de destinos turísticos;
4. Turistas;
5. Indústria de turismo e viagens (centros de informações turísticas, meios de hospedagem, etc).

Barros (1998) utiliza modelos para o estudo da geografia do turismo, sendo eles o de difusão e centralidade, aplicados na análise do turismo, para compreender os processos do desenvolvimento regional proporcionado pelo turismo. O Termo difusão segundo Barros (1998), serve “para denominar processos de homogeneização cultural por propagação de elementos.” (TYLOR,1871 apud BARROS,1998, p. 62), tendo como pioneiro nos estudos sobre a difusão geográfica o americano Carl Sauer.

A teoria das localidades centrais, tendo como precursor Walter Christaller (1933), para demonstrar a hierarquia entre as cidades, que interagem entre si pela busca de produtos e serviços aliada à maximização do lucro. Segundo esta teoria os lugares centrais e as respectivas áreas de influência tendem a dispor-se no espaço segundo uma malha hexagonal. Para Christaller (1966) os arranjos espaciais para rede de cidades está fundamentada nos princípios de mercado, administração e transporte.

Segundo Liberato (2008), a Teoria das Localidades Centrais, tinha como objetivo explicar motivo da concentração urbana:

Para tanto, o autor destacava a importância das características produtivas de atividades que exigiam escala e consumo simultâneo à produção, especialmente dos serviços. (LIBERATO, 2008, p.128).

De acordo com Assis (2003, p.115), “na sua perspectiva locacional e organizacional do espaço, já acenava para as singularidades do espaço turístico”, Christaller (1963) continua seus estudos sobre o turismo e analisa que:

um setor da economia que evita os lugares centrais e as aglomerações industriais, é o setor do turismo... [este] ...tem, portanto, uma tendência natural para a periferia das regiões densamente povoadas já que, na maioria das vezes, o turista procura paisagens remotas e ambientes exóticos, muitas vezes idílicos (montanhas, praias, florestas, áreas rurais mais ermas etc.) (CHRISTALLER, 1963, p. 95 apud ASSIS, 2003, p. 115).

A difusão da função turística e os espaços periféricos estão interligados. Os grandes centros urbanos atuam como difusores da função turística, pois apresentam uma melhor produção cultural, social e econômica. Os espaços periféricos muitas vezes passam a receber turistas dos grandes centros urbanos (emissores), pois um dos atrativos é a paisagem, que é apropriada pelo turismo, para atender a demanda turística. (BARROS, 1998)

Coriolano e Silva (2005, p.101) “apontam que a tendência do turismo é dispersar os fluxos dos espaços centrais para os periféricos”, e através desse movimento diminuir a valorização dos grandes centros e assim beneficiar as pequenas regiões.

Barros (1998) elenca dois modelos evolutivos sobre estudo das paisagens propostos por Thurot (1973) e Butcher (1980).

Thurot (1973) propõe três fases evolutivas das destinações turísticas baseadas em resorts:

1. Caracterizada pela descoberta do lugar por turistas ricos e a construção de um ou poucos hotéis de alta qualidade;
2. Depois de algum tempo, começariam a instalar numerosos hotéis para a classe média alta, e conseqüentemente o fluxo de turistas se intensifica;
3. Caracterizada pela expansão do turismo para classe média em geral e nítido estabelecimento de turismo de massa. (THUROT, 1973 apud PEARCE, 1991 apud BARROS, 1998, p.66, 67)

No modelo de Thurot (1973), ele apresenta o crescimento turístico inicial realizado pelos turistas ricos, e com o crescimento turístico do local passa ter um turismo de massa.

O modelo proposto por Butler (1980) apresenta seis fases ou etapas:

1. Exploração: poucos visitantes atraídos pelas belezas naturais e/ou culturais e reduzidas instalações turísticas;
2. Envolvimento: pequeno envolvimento da população local em prover serviços turísticos; época ou estação turística já começa a ser constatada;
3. Desenvolvimento: chega grande número de turistas e o controle de fluxos passa a ser gerido por empresas externas, observando-se também tensões entre habitantes locais e turistas;
4. Consolidação: o turismo se torna o principal setor econômico do local, mas as taxas de crescimento do número de visitantes começam a mostrar sinais de declínio;
5. Estagnação: o número máximo de visitantes é atingido; o resort torna-se fora de moda, há desvalorização em curso de propriedades e fuga de capitais;
6. Declínio: o poder de atração continua a cair; os visitantes se dirigem para outros resorts e a área passa a depender cada vez mais de visitantes de um dia e recreações de fins de semana; a área de origem dos visitantes se retrai e se torna cada vez mais limitada. (SHAW & WILLIAMS, 1994, p. 164 apud BARROS, 1998, p. 67,68)

Este modelo segundo Barros (2014) foi muito criticado, pois o modelo proposto por Buther (1980) não conseguia identificar nas fases ou etapas, quando ocorriam investimentos ou intervenções externas e internas. Apesar das críticas e controvérsias sobre o modelo apresentado por Buther (1980), sobre destinações (regiões), é considerado por Barros (2014) como:

Uma referência central nas análises dedicadas ao estudo sistemático da dinâmica das destinações e continua a suscitar um ininterrupto, fluente e variado espectro de discussões produtivas sobre a ontologia das regiões turísticas. (BARROS, 2014, p.141)

Ao mesmo tempo em que o modelo torna-se uma referência central nas análises para a geografia do turismo, Barros (1998) ressalta das varias situações que podem ocorrer nas regiões com desenvolvimento turístico.

O turismo apresenta-se como um sistema e pode ser definido como atividade turística, segundo Cunha (2001):

(...) como um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino (receptoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços turísticos (atividade turística). (CUNHA, 2001, p.111).

Para Beni (2007) o sistema é entendido como:

um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos,

doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo. (BENI, 2007, p. 23).

Beni (2007) ressalta que o passo seguinte ao sistema é a preocupação com o seu ambiente, uma vez que este ambiente está situado fora dele, não sendo fácil de definir. Este ambiente é formado por coisas e pessoas que são “fixadas” ou “dadas” de acordo com o sistema.

Devido à complexidade da atividade turística, Beni (2007, p.47), propõe a criação de um Sistema Turismo (SISTUR), com o objetivo central de “organizar o plano de estudos da atividade turística”. E através deste sistema novos conhecimentos serão gerados:

Os componentes do sistema nada mais são do que os subsistemas identificados nos conjuntos das Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Ações Operacionais do Sistur, quais sejam, os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural da superestrutura, da infra-estrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, de distribuição e de consumo (BENI, 2007, p. 49).

O turismo é considerado um sistema aberto, onde as suas estruturas e funções são dinâmicas, sendo identificados três grandes conjuntos: Relações Ambientais, Organização Estrutural e das Ações Operacionais e os seus subsistemas.

Pode-se identificar o sistema turístico como um sistema aberto, formado por um conjunto de elementos e de subsistemas que se interagem. Estes elementos podem ser segundo Mathieson e Wall (1986) e Lea (1988) citado por Santana (1997), dinâmico, estático, consequente.

O elemento dinâmico esta relacionado à demanda, da qual induz a atividade turística, o segundo elemento o estático são os equipamentos e os serviços oferecidos aos turistas e o último elemento é a consequência que são os impactos no local (destino), decorrente da atividade turística, que podem ser de curto a longo prazo, que influenciam os preços, que alteram o mercado local, mas também com os impactos causados na cultura.

Entre os vários subsistemas do Sistema Turístico, será dado enfoque a dois elementos básicos considerados por Sancho (1998) citados anteriormente, como: demanda e oferta.

Para entender a demanda turística é necessário conhecer o mercado turístico, que segundo Castejón Montijano et al (2003, p. 72 ) “inclui o conjunto de atos de compra e venda de bens e serviços”, sendo que para que os bens e serviço possam ser trocados no mercado turístico é necessário a presença de três elementos:

- A demanda: os requerentes ou os compradores migram para o mercado para comprar bens e / ou serviços que atendam suas necessidades, ou fatores produtivos eles precisam para produzir.
- A oferta: Licitantes, também chamados de fornecedores, colocar no mercado disponível os compradores de bens e serviços produzidos ou fatores que possuem.
- O preço e ou bem ou serviço que se trocam: o elemento que permite a concordar com os compradores e vendedores em um mercado, e é definida como a relação de troca de mercadorias por dinheiro. (CASTEJÓN MONTIJANO et al, 2003, p. 72, 73. Tradução nossa<sup>8</sup>)

#### 2.4.1 Demanda turística

A demanda é um dado estatístico importante que auxilia os órgãos públicos, privados, a planejar, aperfeiçoar ou introduzir novos atrativos turísticos, como na melhoria e desenvolvimento de uma infraestrutura adequada para atender a demanda, cada vez mais é exigente.

De acordo com Coriolano e Silva (2005), os elementos necessários para haver turismo são: oferta, formada pelos lugares a serem visitados com o conjunto de atrativos naturais e culturais, e a demanda, que são os turistas.

Pearce (2003) identifica seis grandes áreas de interesse da geografia do turismo sendo elas: os padrões de distribuição espacial da oferta e da demanda; a geografia dos centros de férias; os movimentos e os fluxos turísticos; os modelos de desenvolvimento do espaço turístico e os impactos ambientais do turismo.

Para entender a demanda turística é necessário primeiro conhecer algumas de suas definições. A definição de demanda dada pelos economistas Castejón Montijano et al (2003:82) é aquela que:

---

<sup>8</sup> Los demandantes o compradores acuden al mercado para adquirir los bienes y/o los servicios que satisfacen sus necesidades, o los factores productivos que requieren para producir. Los oferentes, también llamados vendedores, ponen en el mercado a disposición de los compradores los bienes y servicios que han producido o los factores de los que son propietarios. El precio es, por tanto, el elemento que permite poner de acuerdo a los compradores y vendedores de un mercado, y se define como la relación de cambio de un bien por dinero.

“expressa a quantidade de um bem que os consumidores desejam comprar a diferentes preços destes”<sup>9</sup>. A função de demanda é uma expressão matemática,  $D_x=f(P_x)$ , que, *ceteris paribus*<sup>10</sup>, relaciona preços e quantidades demandadas e graficamente se observa em uma curva de demanda.

Por sua vez, segundo os autores Goeldner, Ritchie e MacIntosh (2002) demanda é:

... uma função entre a quantidade de qualquer produto ou serviço que as pessoas têm à disposição e as condições de comprar por cada preço específico, em um conjunto de preços possíveis, durante um período específico de tempo. (GOELDNER; RITCHIE; MACINTOSH, 2002, p.265)

De acordo com Beni (2007, p.164) demanda “é a quantidade de um bem ou serviço que os consumidores desejam e podem comprar a um dado preço em um dado tempo”.

Segundo Vogeler Ruiz (2000, p.96) define a demanda como “a quantidade de produtos ou serviços que os consumidores estão dispostos a adquirir a determinado preço e determinado nível de renda”.<sup>11</sup> (Tradução nossa).

No entendimento de Castejón Montijano et al (2003, p.74) a demanda turística “é definida como a quantidade de um bem ou serviço a ser adquirido a preços diferentes”.

A demanda está relacionada com os produtos e serviços, preços, tempo, e pelo perfil dos consumidores podendo ser determinada, segundo Beni (2007) como:

é determinada pelo preço do bem ou serviço sob análise, valor de outros bens e serviços substitutivos ou complementares, nível e distribuição de renda, número e idade dos consumidores, preferências, fatores de moda e outros. (BENI, 2007, p. 164).

Segundo o Ministério do Turismo do Brasil (2007) a demanda possui as seguintes características, sendo elas:

- **Elasticidade:** trata-se da sensibilidade às mudanças na estrutura dos preços e nas diversas condições econômicas do mercado.

<sup>9</sup> La demanda expresa las cantidades de un bien que los consumidores desean comprar a los distintos precios de éste.

<sup>10</sup> Ceteris Paribus “é a hipótese de que todas as variáveis, exceto aquela que está sendo estudada, são mantidas constantes” (Santos, 2012, p. 39)

<sup>11</sup> La cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a determinados precios y para determinados niveles de renta.



- **Sensibilidade:** trata-se da sensibilidade com relação às condições sociopolíticas.
- **Sazonalidade:** diz respeito às alterações no volume e na qualidade da demanda, causadas por épocas de temporada (férias, por exemplo), estações e condições climáticas. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, PROGRAMA REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL: MÓDULO OPERACIONAL 7, 2007, P. 30)

Além destas características a demanda é influenciada por vários fatores, que segundo Ignarra (2003, p. 33 - 38) podem ser:

- Preço do Produto: a variação da demanda é inversamente proporcional à variação do preço;
- Preço dos produtos concorrentes: quando ocorre um aumento nos preços dos concorrentes, aumenta a demanda pelos outros produtos;
- Preços dos produtos complementares: com a elevação dos produtos complementares, por exemplo, hotéis, passagens aéreas, provoca a diminuição da demanda;
- Renda dos consumidores: a renda do consumidor está diretamente relacionada com o consumo do produto turístico, quando o consumidor tem mais renda, possibilita que consumir mais produtos turísticos acarretando no aumento da demanda;
- Nível de investimento em divulgação: tem uma relação direta com o consumo do produto turístico, pois o consumidor não está perto do local, por isso a propaganda é importante meio de vender os produtos turísticos. Outra forma de propaganda é o “boca-boca”, como um fator de aumento na demanda turística;
- Modismo: um produto turístico torna-se conhecido aos poucos, posteriormente com o aumento fluxo de turista, o local torna-se moda, conferindo status, para quem visita o local;
- Variações climáticas: as mudanças climáticas inesperadas em um determinado destino provoca diminuição na demanda turística;
- Catástrofes naturais: a existência de catástrofes naturais acarreta a diminuição na demanda turística e no fluxo turístico como: vendaval, maremoto, inundação e avalanche;

- Catástrofes artificiais: provocados pelas guerras civis e militares, ataques terroristas aos turistas também provocam a diminuição da demanda;
- Disponibilidade de tempo livre: o aumento no tempo livre proporciona o aumento na demanda turística, além do tempo livre a sazonalidade proporciona o aumento da demanda turística.

Todos estes fatores determinam não só a possibilidade de realizar uma viagem independente do local escolhido, como também o tipo da demanda.

A demanda turística pode ser classificada de acordo com disponibilidade e a vontade, segundo Palhares e Panosso Netto (2012) elas podem ser:

- Demanda real: aquela que efetivamente está viajando, facilmente mensurável, e que compreende as estatísticas de turismo;
- Demanda reprimida e suprimida: aquela que quer viajar, mas está impedida por várias razões. Pode ser subdividida em:
- Demanda potencial: é aquela demanda reprimida que vai viajar, mais cedo ou mais tarde, mas que não pode viajar imediatamente, ou quando gostaria de fazê-lo, por fatores próprios que a impedem, como não disponibilidade de férias ou o fato de ainda estar juntando dinheiro para viajar;
- Demanda deferida: é aquela que, por problemas com fornecedores (e.g. falta de lugar nos meios de hospedagens ou nas empresas transportadoras) ou pelo clima (e.g. nevasca), entre outros, termina tendo que adiar a viagem para uma outra data. Kotler & Armstrong (1993) chamaram este tipo de demanda também como demanda excessiva, ou seja, denominando os casos em que a demanda excede a oferta de um produto ou serviço;
- Não demanda: gostaria de viajar, mas nunca terá disponibilidade para tal (falta de dinheiro, saúde, tempo etc.) (PALHARES; PANOSSO NETTO, 2012, p. 244).

Outros fatores determinantes estão relacionados à decisão (motivações) dos turistas para viajarem, segundo Sancho (1998) elas podem ser:

- Econômicos: renda disponível, preços, política fiscal e controle do gasto em turismo, financiamentos, tipo de cambio;
- Relativo à unidade demandante: são fatores que exercem mais influência do que os econômicos, estão relacionados aos fatores motivacionais, psicológicos, forma e estilo de vida, tempo de lazer, nível cultural, sazonalidade, crenças ideológicas e religiosas e os fatores demográficos;
- Aleatórios: são os fatores ligados a guerras e catástrofes;
- O sistema de comercialização e produção: são fatores de podem afetar positivamente ou negativamente a demanda turística. (SANCHO, 1998, p. 62 -81)

No entendimento de Cunha (1997, p. 47) “o sucesso de um negócio turístico depende em grande parte, da capacidade de resposta às necessidades e preferências dos consumidores”. Esta capacidade de entender as necessidades dos turistas está relacionada ao conhecimento sobre quais foram às motivações que levaram as pessoas viajarem. São os diversos fatores que levam as pessoas a viajarem, podendo ser psicológicos, econômico e cultural. Cunha (1997) agrupou as afinidades e os diversos motivos que podem levar as pessoas a viajarem sendo identificados como:

- Motivos culturais e educativos: Ver como vivem as pessoas de outros países e locais; Ver curiosidades e coisas novas; Melhor compreender a actualidade;
- Assistir a manifestações especiais; Ver monumentos, museus, centros arqueológicos e outras civilizações; Estudar: tirar cursos.
- Divertimento e descanso: Escapar à rotina; Passar o tempo agradavelmente; Repousar; Fazer o que quiser, ser livre.
- Saúde: Recuperar da fadiga física e mental; Fazer tratamentos Cuidar da saúde, prevenir as doenças.
- Razões étnicas: Visitar o <berço familiar>; Visitar locais que a família ou amigos já visitaram; Visitar parentes e amigos.
- Sociológicas e psicológicas: Aprender a conhecer o mundo; Snobismo; Conformismo (fazer como os <Silvas>); Aventura.
- Climatéricos: Escapar às condições climatéricas adversas; Tomar banho de sol; Praticar desportos de inverno.
- Profissionais e económicas: Participar em reuniões, congressos, missões, exposições, feiras; Realizar estudos; Desenvolver ou realizar negócios.
- Diversas: Participar em reuniões políticas; Praticar actividades desportivas; Retomar a forma. (CUNHA, 1997, p. 50).

As principais motivações identificadas por Andrade (1992, p.89- 96) para pratica de lazer e turismo são:

- a) Desejo de evasão: motivo essencial para impelir o deslocamento e promover o desejo de conhecer novos lugares, mas que sejam de acordo com os seus interesses, da condição financeira e o tempo disponível;
- b) A necessidade de evasão: todas as pessoas necessitam de mudanças, trocar de ambiente físico, social ou psicológico como forma de aliviar as tensões, os desgastes do dia a dia;
- c) O espírito de aventura: quando o turista busca os locais para conhecer, mas com segurança. As aventuras autênticas estão mais restritas a um público

- muito pequeno, pois podem ocorrer imprevistos impossibilitando uma segurança adequada;
- d) A aquisição de status: ao realizar uma viagem para um determinado local, adquire um prestígio, não necessariamente uma ascensão social;
  - e) A necessidade de tranquilidade: são os locais que oferecem ao turista paz e o bem estar do turista, onde não ocorram guerras, conflitos sociais e religiosos, mudanças climáticas;
  - f) A motivação cultural: o turista necessita conhecer novas culturas, mas ao mesmo tempo pode promover mudanças culturais no núcleo receptor, ou pode provocar conflitos culturais;
  - g) A motivação comercial: é a necessidade de adquirir mais e melhores bens pessoais, não sendo caracterizado como turismo de negócio, pois a natureza deste é profissional e lucrativa.

Fernández Fúster (1997) apresenta o desejo de evasão correlacionando o homem nômade e o sedentário. Da qual todos nós somos herdeiros destas duas condutas, são dois conceitos de vida. O homem nômade tem o horizonte largo, contempla todo conjunto da paisagem, já o homem sedentário é uma pessoa tranquila, quieto, se mantém preso em seu pequeno horizonte.

Atualmente o homem moderno vive em um mundo industrializado, com carro, com casas pequenas, mas em um mundo pequeno, sem liberdade, por isso o desejo de evasão do homem moderno é na busca da liberdade antiga, sem os momentos estressantes do dia a dia.

Segundo Pearce (2003), poucos foram os estudos ou teorias que auxiliassem na compreensão relacionados às motivações. Para entender as motivações que levam as pessoas a viajarem alguns autores como Plog (1974) e Izzo-Ahola (1982) apresentaram os diferentes tipos de turistas e as motivações de suas viagens.

O estudo de Plog (1974) tinha como objetivo aumentar o mercado de viagens, para isso ele identificou cinco tipos de perfis psicológicos de turistas:

- **Alocêntricos:** são aqueles que querem descobrir novos destinos, explorando culturas estrangeiras e com espírito de aventura. Os alocêntricos têm a personalidade extrovertida e são autoconfiantes. Muitos têm preconceito de serem chamados turistas, uma vez que, de certa forma, procuram se integrar com a cultura e os povos locais.

- Quase alocêntricos: procuram desafios, e muitos optam pelo ecoturismo.
- Meio-cêntrico: procuram se descontraír e relaxar nas viagens, sobretudo por meio de **entretenimento**.
- Quase psicocêntricos: são aqueles turistas que experimentam um novo destino apenas após ele ter sido bastante visitado.
- Psicocêntricos: turistas de massa que procuram segurança, viajando acompanhados de guias turísticos. Os psicocêntricos preferem um ambiente familiar ("ocidentalizado"), em que podem manter seus hábitos de vida, mesmo quando estão em viagem, São turistas que procuram **resorts**. (PALHARES; PANOSSO NETTO, 2012, p.264)

A tabela 1 abaixo feita por Plog (1973) apresenta as características de viagem realizada pelos alocêntricos e psicocêntricos:

<b>Tabela 1 - Características de viagem de tipos psicográficos</b>	
PSICOCÊNTRICOS	ALOCÊNTRICOS
Em destino de viagem, preferem o que é familiar	Preferem áreas não turísticas
Gostam de atividades lugar-comum nos destinos	Apreciam o senso de descoberta e se deleitam com as novas experiências, antes que os outros tenham visitado a área
Preferem lugares com sol e diversão, incluindo um bom relacionamento.	Preferem destinos novos e diferentes
Baixo nível de atividade	Alto nível de atividade
Preferem destinos a que possam ir de carro	Preferem ir de avião aos destinos
Preferem acomodações turísticas formais, como um hotel com uma estrutura bem desenvolvida, restaurantes para famílias e lojas turísticas.	As acomodações devem incluir hotéis e refeições de adequados a bons, não necessariamente em hotéis modernos ou de cadeia; poucas atrações do tipo "turísticas"
Preferem atmosfera familiar (barracas de hambúguer, entretenimento tipo familiar, ausência de atmosfera estrangeira)	Gostam de conhecer pessoas de alguma cultura diferente ou estrangeira e se relacionar com elas
Pacote de viagem completo, provido de atividades bastante programadas.	Os preparativos de viagem devem incluir o básico (transporte e hotéis) permitir liberdade e flexibilidade consideráveis

**Fonte: Plog, 1973 p. 15 apud Pearce, 2003, p.45**

Segundo Pearce (2003) ao aplicar os seus estudos aos turistas em 1972 e em 1991, Plog (1991) comparou os seus dois estudos demonstrando que:

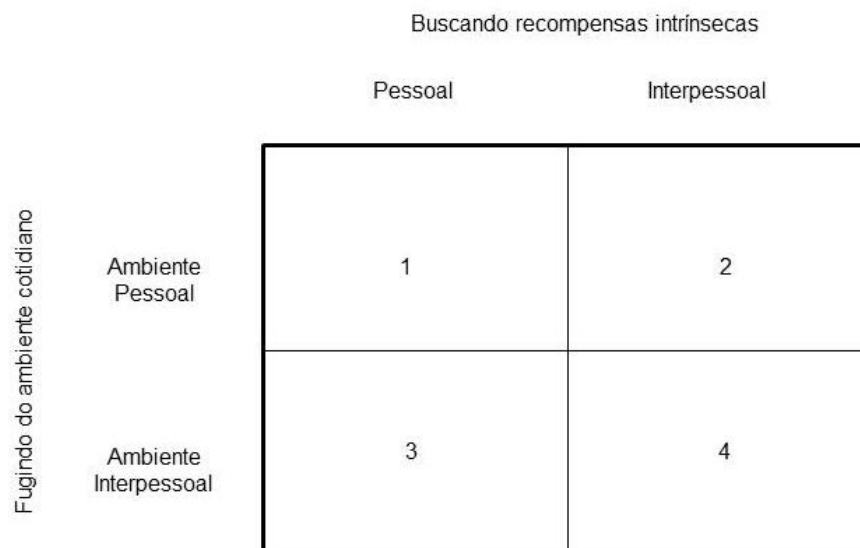
o movimento 'devagar e sempre' da maior parte dos destinos rumo as características psicocêntricas, e os públicos que ele atraem. [...] esse processo não necessariamente precisa acontecer, mas, sem um esforço concentrado executando um plano preconcebido, ele acontecerá. (PEARCE, 2003, p. 45)

Este estudo de comparação recebeu críticas quanto a distinguir as motivações e preferências de destinos, porque simplifica o processo.

O modelo utilizado por Isso-Ahola (1982) aborda a motivação do turismo sobre duas forças motivacionais. A primeira força tem como finalidade enfatizar o desejo da pessoa para viajar, a satisfação de realizar alguma coisa e a segunda o desejo fugir do seu ambiente do dia a dia. Estas motivações são compostas por elementos de busca (recompensas, que podem ser psicológicas ou intrínsecas) e a fuga (sair da rotina), além dos elementos pessoais (psicológicos) e o interpessoais (social).

A figura 1 abaixo apresenta o modelo Iso-Ahola (1982) com quatro células, que pode ser utilizado por qualquer turista ou grupo de turista. Onde cada célula existe o elemento de fuga e de recompensa.

**Figura 1 - Modelo da Psicologia Social para a motivação do turismo**



**Fonte: Isso-Ahola (1982) apud Palhares; Panosso Netto, 2012, p. 252.**

Os viajantes podem se enquadrar em uma determinada célula de acordo com as suas circunstâncias, estas células elas não são fixas, os viajantes podem mudar de célula conforme a sua necessidade (PALHARES; PANOSSO NETTO, 2012).

Estes dois estudos demonstram que muitas vezes as motivações estão ligadas à necessidade dos turistas em sair da rotina. Os mais diversos destinos tentam suprir as necessidades e os desejos, mas os viajantes buscam sempre os fatores preço, serviço e tempo, para escolher os seus destinos.

#### 2.4.2 Oferta turística

A oferta turística é composta por elementos de bens e de serviços, que formam o produto turístico, que é produzido e consumido no mesmo local, portanto o turista tem que deslocar-se até o mesmo. São diversas as definições para oferta turística.

A definição de oferta segundo Cunha (2001) é:

o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorram para a sua deslocação. (CUNHA, 2001, p. 175)

Beni (2007) definiu oferta turística básica como:

Um conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região durante um período determinado de tempo, um público visitante. (BENI, 2007, p. 177).

O Ministério do Turismo do Brasil (2010) entende por produto turístico:

“o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço”. (BRASIL, MINISTERIO DO TURISMO, SEGMENTAÇÃO DO TURISMO E O MERCADO, 2010, p.24)

O produto turístico para Cárdenas Tabares (1998) é:

(...) conjunto de bens e serviços que [se] oferecem no mercado – para um conforto material ou espiritual – em forma individual ou em uma gama muito ampla de combinações resultantes das necessidades, dos requerimentos ou desejos de um consumidor que chamamos turistas. (CÁRDENAS TABARES, 1998, p. 15 apud PALHARES; PANOSSO NETTO, 2012, p. 376)

O produto turístico é definido por Cunha (1997, p. 154) “como o conjunto dos elementos que, podendo ser comercializado, direta e indiretamente, motiva as deslocamentos, gerando uma procura”.

Segundo Beni (2007) os produtos turísticos são os bens e serviços que foram produzidos e sofreram agregação ao serem colocados no mercado turístico.

Os componentes do produto turístico, entendido por Cunha (1997), podem ser divididos em cinco grupos, onde os quatro primeiros são os produtos encontrados no destino e o último grupo é o facilitador para o consumo do produto turístico:

- a) **Recursos turísticos**, ou seja, o conjunto dos elementos naturais e culturais, artísticos, históricos ou tecnológicos que geram uma atração turística. Neste conjunto incluem-se os atributos positivos que atraem as pessoas, tais como as praias, o sol, montanhas, neve, fauna e flora, cultura e modos de vida. O ambiente, a ecologia, o modo de vida dos residentes podem ser fatores positivos que fortalecem o produto turístico; pelo contrário, a poluição e outras situações negativas podem reduzir a capacidade de atração do produto turístico;
- b) **Infra-estrutura**, conjunto de construções e equipamentos exigidos pelo desenvolvimento de atividades humanas dos residentes e visitantes no local bem como as que resultam das relações desse local com o exterior. São constituídas pelas construções e equipamentos, quer subterrâneos, quer de superfície, como sejam os sistemas de fornecimento de água e energia, saneamento básico, estradas e parques de estacionamento, portos e aeroportos e comunicação;
- c) **Superestruturas**, isto é, o conjunto de facilidades necessárias para acomodar, manter e ocupar os tempos livres dos turistas, tais como terminais de tráfego, alojamentos, restauração, animação, centros de congressos, comércio, transportes locais e outros serviços;
- d) **Acolhimento e cultura**, ou seja, o espírito, as atitudes e os comportamentos existentes em relação aos visitantes bem como as manifestações culturais (música, dança e outras atividades artísticas, o desporto e outras formas de animação). O desenvolvimento de todos os elementos que concorrem para o acolhimento (hospitalidade em sentido amplo) constitui uns dos mais importantes aspectos da atividade turística;
- e) **Acessibilidade**, formadas pelos meios de transporte externos incluindo os serviços e respectivas tarifas. (CUNHA, 1997, p.154 – 155)

O produto turístico pode ser composto por seis componentes de acordo com Ignarra (2003) em: bens, serviços, serviços auxiliares; recursos; infraestrutura e equipamentos; gestão; imagem da marca e o preço.

Segundo Dias (2002, p. 69) “se existe um produto, necessariamente, haverá a oferta e a demanda por esse produto”.



Segundo o Ministério do Turismo do Brasil (2007) o produto turístico possui características específicas, sendo elas:

- é um bem de consumo abstrato e intangível, pois o turista não pode tocar ou armazenar o produto, bem como transportá-lo em uma mala, ele vive a experiência e a guarda na memória;
- é estático, pois não é possível mudar a localização de uma atração turística;
- concentra-se em algumas épocas e locais específicos, o que acaba por induzir a criação de produtos diferenciados para serem vendidos ao longo de todo o ano;
- é sistêmico, isto é, atende a uma lógica onde todos os produtos e serviços de uma atração turística estão interligados. Como o turista necessita de produtos e serviços variados, a ausência de um deles poderá inviabilizar a experiência vivida pelo turista;
- é avaliado pelo turista de acordo com a qualidade da experiência vivida por ele;
- o turista consome o produto ao mesmo tempo em que o serviço é prestado. Uma vez que o turista avalia os serviços prestados posteriormente à sua experiência, torna-se mais difícil o controle da qualidade do produto turístico. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização, 2007, p. 17)

A oferta turística são todos os bens e serviços adquiridos e utilizados pelos visitantes e turistas, sendo incluídos os serviços e bens destinados aos moradores locais.

Considerando que os bens e serviços compõem a oferta turística, existem empresas que tem finalidades primárias e secundárias para atender as necessidades dos turistas. As empresas primárias ou características do turismo dependem do turismo e as empresas secundárias do turismo ou conexas (não características) não dependem somente do turismo. (CUNHA, 2001).

Segundo Sancho (1998), os operadores de turismo são:

Aqueles agentes que participam da atividade turística, geralmente na qualidade de intermediário entre o consumidor final (o turista, a demanda turística) e o produto turístico (bem ou serviços, destino turístico), ainda que pode estender sua ação intermediária ao resto da oferta complementar (restaurante, hotel, conjunta da oferta de hospedagem...). (SANCHO, 1998, p.55, tradução nossa<sup>12</sup>).

---

<sup>12</sup> Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento...).

As empresas como agências de viagens, transporte e os organismos de turismo são consideradas somente como operadores de mercado, pois estas empresas não ofertam bens e serviços.

Cunha (1997) classifica os bens e serviços, em quatro grupos:

- 1) Bens livres disponíveis que, não sendo bens econômicos, por definição, constituem as bases fundamentais da procura turística: o clima, as paisagens, o relevo, praias, lagos, fontes termais;
- 2) Bens imateriais que, resultando da maneira de viver do homem, exercem sobre os outros homens um fenômeno de atração;
- 3) Bens turísticos básicos criados que, pelas suas características ou dimensões provocam o desejo de viagem: monumentos, museus, parques temáticos, centros desportivos, estâncias termais;
- 4) Bens e serviços turísticos complementares que, resultando, em exclusivo, da ação do homem, permitem as deslocções e garantem as necessidades de permanência: meios de transporte, vias de comunicação, meios de alojamento, restauração. (CUNHA, 1997, 151)

O componente da oferta turística é constituído de recursos naturais e culturais, que em algum momento sofreu intervenções com o intuito de atender as necessidades dos turistas e provocar o seu deslocamento.

O Ministério do Turismo do Brasil (2011) classifica a oferta turística em três categorias, sendo elas:

- Categoria A - Infraestrutura de apoio ao turista: são instalações, serviços públicos e privados, que proporcionam o bem-estar dos residentes e também dos visitantes, fazem parte da infraestrutura os sistemas de transporte, de saúde, de comunicação, de abastecimento de água, de energia e tantas outras estruturas básicas e facilidades existentes no município;
- Categoria B - Serviços e equipamentos turísticos: Conjunto de estabelecimentos e prestadores de serviços que dão condições para que o visitante tenha uma boa estada: hospedagem, alimentação, diversão, transporte, agenciamento, etc.
- Categoria C – Atrativos turísticos: Elementos da natureza, da cultura e da sociedade – lugares, acontecimentos, objetos, pessoas, ações – que motivam alguém a sair do seu local de residência para conhecê-los ou vivenciá-los. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA, 2011, p. 25; 27; 30).

A oferta turística possui características particulares, diferentes de outros produtos, que estes devem ser consumidos no momento em são produzidos, pois está ligado ao fator tempo, não pode ser acumulado ou transportado e precisa da presença do consumidor. Podendo ser assim classificado como:

- Os bens produzidos não podem ser armazenados: os não podem ser armazenados para o uso posterior, pois estes tem ser consumidos no momento;
- O consumo turístico é condicionado pela presença do cliente: a produção de produtos fica condicionada a presença do consumidor, sendo necessário o seu deslocamento até o local;
- Simultaneidade da produção e do consumo: a produção e o consumo ocorrem ao mesmo tempo e no mesmo local;
- A oferta turística é imóvel: não tem condições de deslocar a oferta turística para outro local. (CUNHA, 2001)

Após a definição das características da oferta turística do local, deve-se ordená-lo para melhor desenvolvimento turístico. Podendo ser classificado da seguinte forma:

- a) Oferta turística de atração, constituída por todos os elementos ou factores de origem natural ou criados pelo homem que dão resposta às motivações turísticas, originando uma deslocação;
- b) Oferta turística de recepção, conjunto dos equipamentos, bens e serviços que permitem a permanência no local visitado e satisfazem necessidades decorrentes dessa permanência;
- c) Oferta turística de fixação ou retenção, constituída por todos os elementos que, contendo ou não motivos de atracção, contribuem para aumentar a permanência dos visitantes ou torná-la mais agradável;
- d) Oferta turística de animação, todos os elementos criados pelo homem susceptíveis de satisfazer necessidades de recreio ou de ocupação de tempos livres;
- e) Oferta turística de deslocação, constituída pelo conjunto de infra-estruturas, equipamentos e serviços que permitem a deslocação dos turistas. (CUNHA, 2001, p.153).

A oferta turística é composta de bens serviços que estão à disposição dos turistas por um tempo determinado, mas Beni (2007) ressalta que a oferta turística é muito mais do que bens e serviços, devendo ter infraestrutura que engloba os atrativos turísticos, os serviços e equipamentos turísticos e a infraestrutura básica.

### 2.4.3 Atrativos turísticos

Os atrativos turísticos são únicos, pois possuem características e valores próprios, sendo produto, que podem resultar no aumento do fluxo turístico uma vez que são responsáveis por atrair os turistas e motivar a viagem.

Leiper (1990) entende o atrativo turístico como “os viajantes que saem da região de origem até o destino turístico, porque ali é onde encontram as atrações que desejam conhecer”. (LEIPER,1990 apud SANCHOS,1989, p. 131, tradução nossa)<sup>13</sup>.

No entendimento de Pearce (1991) citado por Palhares; Panosso Netto, 2012, p. 396, atrativo turístico é “um dado local com uma característica específica natural ou construída, que é foco do turista”. Segundo Pierre Defert (1956) citado por Beni (2007) classifica os atrativos turísticos ou oferta primária (matéria-prima), em quatro grupos:

- Hidromo (do grego *hýdro*: água), são todos os elementos associados á água;
- Fitomo (do grego *plytón*: vegetação e árvore), são todos os elementos da vegetação e da flora;
- Litomo (do grego *líthos*: pedra), são todos os elementos decorrentes do processo geológicos;
- Antropomo (do grego *ánthrops*: Homem), são todas as atividades realizadas pelo homem antigas ou modernas e os valores criados por ele.

O Ministério do Turismo do Brasil (2007, p. 27) conceitua atrativos turísticos como: “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los”.

Segundo Ignarra (2003) a conceituação de atrativo turístico é difícil, porque vai depender da atratividade e da avaliação de cada turista, sendo muito subjetivo. Devido a esta subjetividade foi desenvolvido um método pelo antigo Centro de Capacitação para o turismo (CICATUR) da Organização dos Estados Americanos - OEA

---

<sup>13</sup> los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es dónde encuentran las atracciones que desean conocer

Hierarquia 4. Atrativo excepcional e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente de visitantes (efetiva ou potencial);

Hierarquia 3. Atrativo com valor excepcional em um país, capaz de motivar uma corrente importante (efetiva ou potencial) de visitantes domésticos por si só, ou em conjunto com outros atrativos contíguos, e a demanda estrangeira somente em conjunto com outros atrativos;

Hierarquia 2. Elemento com algum valor, capaz de interessar turistas de longa distância que tivessem chegado a sua zona por outras motivações turísticas ou de motivar correntes turísticas locais;

Hierarquia 1. Atrativo sem mérito suficiente para ser classificado como os atrativos anteriores, mas que igualmente aos demais forma parte do patrimônio turístico, como elemento eu pode complementar os outros de maior categoria, para desenvolver um complexo turístico. (DIAZ, 1988 apud IGNARRA, 2003, p. 54)

O Ministério do Turismo do Brasil (2011) classifica os atrativos turísticos em naturais e culturais, sendo:

- Atrativos Naturais: Relevo continental; Zona costeira; Relevo cárstico; Hidrografia; Unidades de Conservação e similares;
- Atrativos Culturais: Conjunto arquitetônico; Comunidades tradicionais; Sítios arqueológicos e paleontológicos; Itinerários culturais; Parques históricos; Lugares de manifestações de fé; Lugares de referências à memória; Feiras/mercados de caráter cultural; Arquitetura civil, oficial, militar, religiosa, industrial/agrícola, funerária; Marcos histórico, Obras de infraestrutura, de interesse artístico; Ruínas; Museu/memorial; Biblioteca; Centros culturais/casas de cultura/galerias; Teatros/anfiteatros; Cineclubes; Gastronomia típica e preparação de alimentos; Artesanato/ trabalhos manuais; Atividades tradicionais de trabalho; Formas de expressão; Personalidades.

O método de hierarquização dos atrativos turísticos possibilita o núcleo receptor de adequar os seus atrativos para atender os interesses dos visitantes e dos moradores, através de um planejamento com o objetivo de potencializar os atrativos turísticos, de forma qualitativa e quantitativa.

Para o desenvolvimento dos atrativos culturais, Cunha (2001) atribui as seguintes características favoráveis, uma vez que nem todos atrativos culturais possuem estas características.

- Possibilidade de multiuso: o tamanho e a diversidade da utilização dos recursos garantiram o desenvolvimento turístico. Aliando esporte, observação da natureza, passeios;
- Localização: a proximidade do mercado possibilita um aumento do fluxo turístico;
- Equilíbrio da sua utilização: a utilização de um recurso natural deve ser planejada de forma a garantir a sua preservação e o seu uso no futuro, devido a sua fragilidade;
- Facilidade de acesso: a facilidade de acesso permite o desenvolvimento do atrativo, porque nem todos os atrativos possibilita o acesso de seus visitantes.

#### *2.4.4 Serviços e equipamentos turísticos*

Os serviços e equipamentos turísticos são elementos indispensáveis para que os turistas possam desfrutar dos atrativos turísticos. Os serviços são compostos segundo Ignarra (2003) pelos meios transportes, meios de hospedagem, meios de alimentação, agenciamento, locação de veículos e equipamentos, eventos, espaços de eventos, entretenimentos, informação turística, passeios e o comércio turístico, indispensáveis para o desenvolvimento da atividade turística.

De acordo com o Ministério de Turismo do Brasil os serviços e os equipamentos turísticos compreendem um:

conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, eventos, lazer etc. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, MÓDULO OPERACIONAL 7, 2007, p. 32)

A qualidade dos serviços turísticos é muito importante, porque vai atender as necessidades dos turistas. E através da qualificação poderá ter um maior controle destes serviços. Para isso é fundamental, segundo o Ministério do Turismo do Brasil (2007) duas ações:

- cadastramento dos prestadores de serviços turísticos;
- classificação e fiscalização, que verifica as aplicações dos atos legais e regulamentares, no que concerne aos padrões de qualidade dos serviços turísticos. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, MÓDULO OPERACIONAL 7, 2007, p. 37)

Segundo Beni (2007) os serviços turísticos apresentam três características fundamentais:

- a) elas são imateriais;
- b) para que haja serviço é preciso necessariamente contato direto entre prestador e cliente;
- c) o usuário participa da produção do serviço. (BENI, 2007, p.197)

Para que a qualidade do serviço turístico seja adequada para o atendimento dos turistas é necessário que, ocorra uma capacitação de todos os prestadores do serviço turístico ou não, das empresas privadas e públicas, e durante este processo de capacitação deve se manter constante avaliação para uma maior profissionalização. Para isso segundo o Ministério de Turismo do Brasil são necessários investimentos com intuito de:

- promover a capacitação gerencial e profissional continuada, em todos os níveis demandados;
- aprimorar e ajustar a qualificação da oferta às exigências do mercado;
- promover a certificação dos serviços profissionais e dos equipamentos;
- apoiar programas de certificação ambiental (ISO .14.000), gerencial e operacional. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, MÓDULO OPERACIONAL 7, 2007, p. 37)

Santos e Dakota (2012) identificam as particularidades dos serviços turísticos, designando-os “produto”, com o intuito de evitar a confusão resultante da diferenciação de bens e serviços. O produto turístico é todo produto que é consumido pelo turista, e que o turismo é atividade econômica definida pela demanda, e não da oferta. A maioria dos produtos turísticos é uma prestação de serviços, mas nem todo produto turístico pode ser considerado serviço.

Uma característica fundamental do serviço é que a produção e o consumo ocorrem de maneira concomitante e são heterogêneos, conseqüentemente estes serviços não podem ser armazenados ou estocados. A outra particularidade é que no âmbito do serviço, o agente do processo de produtor é o consumidor, e o resultado da produção de serviço é influenciado pela atuação das pessoas que participam do processo produtivo que incluem os produtores e consumidor. O produto turístico pode sofrer variações na qualidade em decorrência do fator humano como também ambiental e social que refletira no conteúdo final do produto

turístico. A compra de um serviço turístico pelo turista ocorre antes da sua produção, tendo apenas as informações indiretas e na sua expectativa sobre o produto, conseqüentemente não pode avaliá-lo antes da sua compra, o produto turístico consumido não tem como ser devolvido ao produtor.

Segundo Sancho (1998) hoje em dia tem um sistema de classificação dos serviços turísticos, como forma de garantir a qualidade do serviço para o consumidor e auxilia o mesmo a identificar o tipo de produto que está comprando de acordo com as suas necessidades. E ao mesmo tempo as empresas identificam o perfil dos seus clientes e adequar o seu serviço.

#### *2.4.5 Infraestrutura turística básica*

Conforme Ignarra (2003), a infraestrutura básica é um elemento fundamental para a viabilização da atividade. A infraestrutura pode ser dividida em duas partes: infraestrutura básica e a infraestrutura turística ou específica, segundo Palhares e Panosso Netto, 2012, p. 387.

A infraestrutura básica é composta de todos os serviços destinada aos moradores e aos turistas, como por exemplo: acessos, saneamento, energia, comunicação, vias urbanas de circulação, abastecimento de gás, controle de poluição, capacitação de recursos humanos. (IGNARRA, 2003)

A infraestrutura de apoio ao turismo de acordo com Ministério de Turismo do Brasil (2007, p.50), “é todo o conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele”. São todos os equipamentos que foram construídos para a atividade ou de apoio à atividade turística, os moradores utilizam dos mesmos serviços turísticos.

## **2.5 A evolução do turismo no Brasil e em Minas Gerais**

Inicialmente faz-se necessário realizar uma breve descrição da evolução do turismo no Brasil, em Minas Gerais, sendo relevante para melhor compreensão da evolução da Política Pública de Turismo e assim entender as dificuldades e limitações para o desenvolvimento turístico em Cordisburgo e as transformações que ocorrem no espaço geográfico em decorrência da política pública de turismo.



### 2.5.1 Turismo no Brasil

O turismo no Brasil segundo Camargo (2007) e Pires (2001) ao longo do século XIX e XX, sofreu grandes transformações, principalmente após a vinda da Corte Portuguesa (1807) e com a abertura dos portos (1808)<sup>14</sup> às nações amigas. Isso possibilitou a entrada de estrangeiros curiosos pela beleza exótica do Brasil. De acordo com Camargo (2007) os principais estrangeiros que visitaram o país neste período foram os britânicos, germânicos e franceses, que de alguma forma relataram o que viram no Brasil.

Entre os estrangeiros que visitaram o Brasil estavam também geógrafos, geólogos, naturalistas e pintores como: Vilhem Ludwig von Eschweger, Alexandre Von Humboldt, Auguste de Saint-Hilaire, Peter Wilhelm Lund, Carl Friedrich Philipp von Martius, Johann Baptist von Spix, Johann Moritz Rugendas, Jean Baptiste Debret entre outros.

Produzirão literatura que circulará em textos escritos com representações plásticas que ilustram, ou em gravuras e pinturas autônomas, que cristalizarão cumulativamente no discurso do tempo imagens culturalmente diferentes, exóticas. (CAMARGO, 2007, p. 57).

De acordo com o Camargo (2007) e Pires (2001) o turismo brasileiro no século XIX, estava ligado principalmente à saúde e ao lazer.

O início do prestígio das águas para a saúde e dos banhos de mar começou com a própria vinda da Família Real e, ao que parece, foram seus membros os maiores propagandistas, na proporção em que, por exemplo, outros integrantes do Palácio e a população em geral, se dispuseram a tomar águas minerais e banhos salgados. (PIRES, 2001, p.56)

Neste período, o lazer era realizado pela Corte e pelos burgueses, segundo Camargo (2007, p. 269), “os viajantes estrangeiros em visita ao Rio jamais deixavam de mencionar e visitar a famosa Floresta da Tijuca”, e dos piqueniques na década de 1870, segundo Pires, 2001.

Em decorrência da vinda da Corte e do aumento dos estrangeiros após a abertura dos portos, ocorre o desenvolvimento urbano, o hoteleiro e de restaurantes. A hospedagem no século XVIII era improvisada, precária, com péssimo serviço e

---

<sup>14</sup> BRASIL. CARTA RÉGIA - DE 28 DE JANEIRO DE 1808. Abre os portos do Brasil ao comércio direto com estrangeiros com exceção do pau brasil.

muitas vezes caro. Os viajantes se hospedavam em ranchos, hospedarias ou casas particulares. Nas hospedagens em casas particulares, os proprietários recebiam muitos estrangeiros, isso representava prestígio, orgulho ou poderia render-lhes favores futuros. (PIRES, 2001).

Os serviços hoteleiros e de restaurantes aumentaram após o desenvolvimento urbano, principalmente no Rio de Janeiro e posteriormente em São Paulo, em decorrência da produção do café. Isso ocorreu porque os produtores do grão passam a morar na cidade, utilizando-se mais dos serviços hoteleiros e dos restaurantes.

De acordo com Solha (2002), a evolução do turismo no Brasil apresenta uma ausência de registro da memória histórica do turismo, apesar das dificuldades, a autora divide a evolução do turismo no Brasil em cinco períodos.

- Primórdios – da Colônia ao Império (do Séculos XVII e XIX) dos ranchos que atendiam aos tropeiros às viagens anuais dos senhores do café à Europa;
- Primeiras manifestações (1900 a 1949) – das estações de cura e do cassinismo ao início do uso do automóvel nas viagens;
- Expansão e organização do turismo (1950 a 1969) – da ampliação e melhoria da infraestrutura de transportes e turística até a organização da atividade por associações e a elaboração de políticas;
- Do sonho à decepção (de 1970 a 1989) – do intenso crescimento e das perspectivas otimistas à estagnação e decadência;
- Retomada (de 1990 a 2005) – do crescimento do mercado interno aos grandes investimentos em vários e diferentes setores e da descoberta de novos segmentos de mercado. (SOLHA, 2002, p. 124).

A princípio o turismo no Brasil se desenvolveu da mesma forma que o turismo na Europa, com transformações na infraestrutura urbana e econômica. Após a vinda da Corte Portuguesa inicia-se os banhos terapêuticos (Termalismo) e a ingestão de água mineral, promovendo o desenvolvimento das estâncias minerais, mas ainda um turismo restrito a poucas pessoas. Posteriormente o Brasil começa a desenvolver a infraestrutura hoteleira com hotéis cassinos<sup>15</sup>, hotéis luxuosos nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, depois surgem os albergues, camping e residências secundárias e finalmente é implantada a cadeia hoteleira internacional no Brasil.

---

<sup>15</sup> Em 1946 o Presidente Dutra proíbe os jogos de azar no Brasil.

O transporte aéreo e rodoviário se desenvolve, com as criações de empresas áreas brasileiras como a Viação Aérea Rio Grandense - VARIG (1927), PANAIR (1930), Viação Aérea São Paulo - VASP (1933) e mais tarde TAM regional (1976). O transporte ferroviário ao longo dos anos deixa de transportar passageiros e entra em declínio.

A partir da década de 1930, inicia-se uma participação mais ativa do Governo Federal na atividade turística. A primeira legislação referente ao fato foi a venda de passagens e o funcionamento das agências, através do Decreto-Lei nº 406, de 4 de maio de 1938.

A venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou terrestres só poderá ser efetuada pelas respectivas companhias, armadores, agentes, consignatários, e pelas agências autorizadas pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, na forma desta lei. (BRASIL, 1938)

Em 1939, através do Decreto-Lei nº 1.915, de 27 de dezembro é criado o Departamento de Imprensa e Propaganda que é constituído pela Divisão de turismo, subordinado ao Presidente da República, tendo como principal atribuição no art 2º, “superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo”. Em 1946 o Departamento e a Divisão de Turismo são extintos (DIAS, 2003)

O turismo torna-se mais acessível à classe média após a criação da Consolidação das Leis Trabalhistas - CLT em 1940, beneficiando os trabalhadores, que agora poderiam usufruir do lazer e do turismo. A partir de 1950 a classe média se consolida, é estimulada a ocupação do interior do Brasil, com o intuito de promover a integração nacional. Posteriormente surgiu a Associação Brasileira dos Agentes de Viagens – ABAV (1953).

Em 1958 através do Decreto nº 44.863, de 21 de novembro, é criada a Comissão Brasileira de Turismo – COMBRATUR, que tinha as seguintes atribuições:

- a) coordenação das atividades destinadas ao desenvolvimento do turismo interno e o afluxo do estrangeiro;
- b) o estudo e a supervisão das medidas relacionadas com a movimentação de turistas;
- c) a simplificação e padronização das exigências e dos métodos de informação, registro e inspeção relativos aos viajantes e a seus bens, recursos pessoais, meio de transporte e hospedagem. (BRASIL, 1958)

Segundo Ferraz (1992) citado por Dias (2003) somente em 1958 foi superado o hiato jurídico, a com a criação da COMBRATUR, e em 1960 é aprovado através do Decreto nº 48.126, art. 2º, de 19 de abril, o regimento com a finalidade de:

coordenar, planejar e supervisionar a execução da política nacional de turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do País, no que respeita ao turismo interno e internacional. (BRASIL, 1960)

Foi extinta em 1962 através do Decreto nº 572, de 2 de fevereiro, sem conseguir efetivar uma Política Nacional de Turismo.

Segundo Cruz (2000) na década de 1960 o Brasil deu um salto qualitativo importante no que se refere ao turismo. Criou-se a Comissão Brasileira de Turismo, Decreto nº 48.126, de 19 de abril de 1960 que tinha como finalidade:

coordenar, planejar e supervisionar a execução da política nacional de turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do País, no que respeita ao turismo interno e internacional. (BRASIL, 1960).

Posteriormente é criada a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR, vinculada ao Ministério da Indústria e do Comércio e o Conselho Nacional de Turismo, pelo Decreto - lei nº 55, de 18 de novembro de 1966.

A EMBRATUR tinha como finalidade incrementar o desenvolvimento da Indústria do Turismo e executar no âmbito nacional as diretrizes que eram traçadas pelo Governo. O Conselho Nacional de Turismo - CNTur tinha como atribuição formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo.

Segundo Cruz (2000) a partir do Decreto 55/66 o turismo é valorizado e:

reconhecido como uma atividade capaz de contribuir para a atenuação dos desníveis regionais que caracterizavam a nação. Isto está demonstrado pelo sistema de incentivos financeiros e fiscais criados em razão dessa atividade, que privilegiam, sistematicamente, as regiões Norte e Nordeste. (CRUZ, 2000, p.49).

Em 1967 o Decreto-lei nº 60.224 de 16 de fevereiro, regulamenta o Decreto 55/66, criando o Sistema Nacional de Turismo, com atribuições de executar e formular a Política Nacional de Turismo, constituído pelo CNTur descritas no art 6º.

Neste mesmo decreto no art. 20º referente à competência da Embratur, uma das suas atribuições é de estudar e propor ao CNTur os atos normativos necessários à promoção da política nacional de turismo e, bem assim, aqueles que digam respeito ao seu funcionamento, e no art. 7º pelo Ministério das Relações Exteriores a tarefa de divulgação e informação turísticas nacionais

Segundo Cruz (2000) são apenas dois atos jurídicos de maior relevância para a Política Nacional de Turismo, o primeiro ato é a Resolução CNTur 31, de 10 de abril de 1968 referente ao Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo que priorizava as capitais brasileiras e áreas de interesse turístico e o segundo ato é a Resolução nº 71, de 10 de abril de 1969, seria a elaboração do Plano Nacional de Turismo – PLANTUR, onde as suas atribuições jamais foi executadas.

Para fomentar o crescimento do turismo é criado pelo Decreto - Lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971, o Fundo Geral de Turismo – FUNGETUR, que objetiva a concessão de crédito para implantação, melhoria, conservação e manutenção de empreendimentos turísticos e o Fundo de Investimentos Setoriais – Fiset, pelo Decreto-lei nº 1.376 de 12 de dezembro de 1974, para os setores do turismo, pesca e reflorestamento. No Nordeste foi criada a Política de Megaprojetos Turísticos e o Programa para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste – Prodetur – NE.

Em 1977 foi criada a Lei nº 6.513, que dispõe sobre a criação de Áreas Especiais e de Locais de Interesse Turístico, no seu art. 1º consta: consideram-se de interesse turístico as Áreas Especiais e os Locais instituídos na forma da presente Lei, assim como os bens de valor cultural e natural, protegidos por legislação específica.

Em 1981 o Decreto nº 86.176, de 6 de julho de 1981 regulamenta a Lei nº 6.513, de 20 de dezembro de 1977, que dispõe sobre a criação de Áreas Especiais e de Locais de Interesse Turístico. Consta em seu art. 1º a proteção dos bens de valor cultural e natural de interesse turísticos existentes nas referidas áreas e locais e nos respectivos entornos de proteção e ambientação.

O Decreto-lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986 dispõe sobre o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos. No art. 1º regulamenta-se a atividade turística como sendo livre no País no que diz respeito ao exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos, exceto quanto às obrigações tributárias e às normas municipais para a edificação de hotéis.

Em 1991 através da Lei nº 8.181, de 28 de março, a EMBRATUR passa a denominar-se como Instituto Brasileiro de Turismo, transforma-se em uma autarquia, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República, conforme o artigo 2º, tendo como finalidade formular, coordenar e executar a Política Nacional de Turismo, esta por sua vez, conforme o art. 2º do Decreto nº 448 de 14 de fevereiro de 1992, tinha como diretriz:

- I - a prática do Turismo como forma de promover a valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do País;
- II - a valorização do homem como destinatário final do desenvolvimento turístico. (BRASIL, 1992)

De 1966 a 1992, nenhuma outra política foi estabelecida até a homologação do Decreto-Lei 448, de 14 de fevereiro de 1992, apesar de várias ações terem sido implementadas durante este período. Que posteriormente o Decreto-lei 448/92 foi revogado pelo Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010, que em seu art. 1º estabelece:

normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo - PNT, institui o Sistema Nacional de Turismo, o Comitê Interministerial de Facilitação Turística, dispõe sobre o fomento de atividades turísticas com suporte financeiro do Fundo Geral de Turismo - FUNGETUR, o cadastramento, classificação e fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos e estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas. (BRASIL, 2010)

De acordo com Pereira (1999), em 1994 durante o Governo Presidente Itamar Franco, foi instituído o Plano Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, sendo “instrumento legal e referencial para todos os segmentos que atuam com o turismo no país e que tem como público-alvo o município”. (PEREIRA, 1999, p.17) Tinha como propósito incentivar os municípios a adotarem as suas próprias políticas de turismo.

Segundo (Dias, 2003) em mensagem ao Congresso Nacional enviada pelo Presidente da República em 2000, o governo encerra o ciclo de desenvolvimento do turismo através da Política Nacional de Turismo.

as metas traçadas foram superadas, tendo o setor turístico contribuído com a geração de emprego e renda e com o desenvolvimento das regiões menos desenvolvidas do país. (DIAS, 2003, p. 136)

Em 2003 através da Medida Provisória nº 130 de 1 de janeiro de 2003, que dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, criam-se o Ministério do Turismo e suas respectivas atribuições, conforme descrito no art. 27, inciso XXIII:

- a) política nacional de desenvolvimento do turismo;
- b) promoção e divulgação do turismo nacional, no País e no exterior;
- c) estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- d) planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo. (BRASIL, 2003)

O Ministério do Turismo era composto pelos seguintes órgãos: Secretaria de Políticas de Turismo, Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo e o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR. Posteriormente a MP nº130 foi convertida pela Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, sendo acrescentada das seguintes competências:

- e) gestão do Fundo Geral de Turismo;
- f) desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Certificação e Classificação das atividades, empreendimentos e equipamentos dos prestadores de serviços turísticos. (BRASIL, 2003)

E em 2013 o Decreto nº 8.102, de 6 de setembro, aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério do Turismo, competindo ao órgão de acordo com o art. 1º as seguintes atribuições:

- I - política nacional de desenvolvimento do turismo;
- II - promoção e divulgação institucional do turismo nacional, no País e no exterior;
- III - estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- IV - planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo;
- V - gestão do Fundo Geral de Turismo - Fungetur;
- VI - desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Certificação e Classificação das atividades, empreendimentos e equipamentos dos prestadores de serviços turísticos. (BRASIL, 2013)

O art. 2º refere-se a estrutura organizacional que é composta por: órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado; órgãos específicos singulares. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo; Secretaria Nacional de Programas de

Desenvolvimento do Turismo; órgão colegiado: Conselho Nacional de Turismo, entidade vinculada: autarquia Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR.

Em 2003 o Governo dá início ao Plano Nacional de Turismo – PNT que pode ser dividido em:

2003/2007: baseado na força das Parcerias e na Gestão Descentralizada, tendo como objetivo geral: desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais e estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional;

2007/2010: Programa de Aceleração do Crescimento do Turismo, sendo o seu objetivo geral: desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais; promover o turismo com um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros; fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País.

2013/2016: Programa com foco em megaeventos tem quatro grandes objetivos: (I) preparar o turismo brasileiro para os megaeventos; (II) incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros; (III) incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil; (IV) melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro.

O Programa de Regionalização foi lançado no PNT de 2003/2007, que pautava na concepção de desenvolvimento através da desconcentração de renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística. (PNT 2003/2007)

O Programa de Regionalização 2013 prioriza as ações nas regiões e tem como objetivo geral: apoiar a gestão, estruturação e promoção do turismo no País, de forma regionalizada e descentralizada.

Possui as seguintes diretrizes:

- abordagem territorial, adotada como referência para o desenvolvimento.



- Integração e participação social, fortalecendo o protagonismo da cadeia produtiva do turismo no âmbito regional, no conjunto dos municípios, e nos processos de gestão das políticas públicas.
- Inclusão, entendendo a região como espaço plural e participativo, que amplia as capacidades humanas e institucionais, facilitando as relações políticas, econômicas, sociais e culturais.
- Descentralização, atuando no âmbito do Sistema Nacional de Turismo, adotando os métodos e processos da Gestão Descentralizada.
- Sustentabilidade, compreendendo o desenvolvimento sustentável das regiões turísticas como base para a preservação da identidade cultural, respeitando as especificidades políticas, econômicas, sociais e ambientais.
- Inovação, definida como a capacidade da cadeia produtiva do turismo, de compreender que a estruturação dos destinos turísticos depende de uma nova visão integradora do desenvolvimento produtivo e da competitividade, o que: exige a formalização dos serviços e qualificação de pessoas; provoca a ampliação dos micro e pequenos empreendimentos, organizações associativas e cooperativas; requer a articulação em redes; demanda investimentos em tecnologias; busca a oferta de produtos e serviços segmentados que agreguem valores do patrimônio sociocultural e ambiental e que gerem, como resultado, a ampliação da capacidade de produção, de postos de ocupação, de difusão e de distribuição de produtos e serviços, além da circulação da renda no território.
- Competitividade, entendida como a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas ao setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva. (BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013, p.23)

### 2.5.2 Turismo em Minas Gerais

Segundo Pereira (1999) o turismo em Minas Gerais desenvolveu em torno das águas medicinais, ainda no século XVIII, com a visita da Corte Portuguesa. Já no século XIX, inicia-se o desenvolvimento das estâncias minerais, a inserção da população e a criação de futuros núcleos urbanos. Posteriormente “o Governo da Província de Minas, realizou o saneamento, urbanização, melhor aproveitamento da água e construídos estabelecimentos balneários” (MILÉO, 1968 apud PEREIRA, 1999, p. 136).

De acordo com Pereira (1999), o Governo da Província encontrou dificuldades para entregar fontes de uso público, pois naquela época não havia engenheiros hidrólogos. No final do século XIX, houve um aumento do número de pessoas que buscavam tratamento terapêutico, impulsionando a economia local. No início do século XX, o então Presidente Dr. Francisco de Sales, incentivou a construção de uma prefeitura em cada localidade que integrava o “circuito das águas”.

A partir dos anos 1920, as rodovias e as ferrovias promoveram a ligação entre as cidades, principalmente até as estâncias. Em decorrência do aumento do fluxo de pessoas, a hotelaria e o comércio se desenvolvem e cresceram.

Durante este período os jogos nas estâncias era um atrativo, segundo Pereira (1999, p. 40) ocupava um lugar de destaque na organização social e econômica de seus municípios, podendo ser início do desenvolvimento do turismo em Minas Gerais. Mas, a partir de 1946 a nova Constituição Federal proíbe os jogos de azar afetando diretamente o turismo no Brasil, principalmente nas estâncias termais em Minas Gerais. De acordo Silva Jr. (2004, p. 40) “o promissor cassino do Grande Hotel de Araxá, inaugurado dois anos antes, e fechando em função daqueles atos, para ser reaberto alguns anos mais tardes”.

Na década de 1940 ocorre a primeira menção legal ao turismo em Minas Gerais através do Decreto-Lei nº 890, de 23 de dezembro de 1942, cuja Divisão de Divulgação abrangia propaganda, publicidade e turismo. (PEREIRA, 1999)

Durante a década de 1950, ocorre o declínio das estâncias hidrominerais em função da nova medicina americana em decorrência da decadência do modelo da medicina europeia, neste período o governo de Juscelino Kubitschek, autorizou obras de conservação e restauração nas cidades coloniais, dando início ao desenvolvimento das cidades históricas. (PEREIRA, 1999)

Mas foi em 1960 que o turismo em Minas Gerais tornou-se uma atividade mais estruturada e especializada com a criação das Águas Minerais do Estado de Minas Gerais S/A - (HIDROMINAS),<sup>16</sup> pelo Decreto 6090 de 29 de dezembro de 1960, sendo uma sociedade de economia mista por ações, destinada a explorar e industrializar diretamente os recursos hidrominerais de Minas, bem como fomentar e desenvolver o turismo.

Segundo Pereira (1999) foram incorporados ao capital social da HIDROMINAS, balneários e fontes de engarrafamentos e também o Grande Hotel de Araxá, o Palace Hotel de Poços de Caldas, o Centro Nacional de Convenções (Poços de Caldas), o Grande Hotel de Ouro Preto, o Hotel Tijuco de Diamantina e o Parque das Águas de Caxambu.

Ainda na década de 1960 é criado e regulamentado o Conselho Estadual de Turismo, através do Decreto 7362 de 02 de janeiro de 1964. De acordo com o art.

---

<sup>16</sup> A Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (Codemig), em 1994, incorpora a Águas Minerais de Minas Gerais (Hidrominas).

7º, compete ao mesmo, planejar, orientar, coordenar e controlar as providências de incremento ao turismo no Estado. Neste mesmo período através o Departamento de Turismo que era subordinado à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, tinha como finalidade conceder isenção de impostos para a construção de hotéis-modelo no Estado, através da Lei nº 2452 de 25 de setembro de 1961, sendo permitido construir hotéis em Mariana, Congonhas, Nova Lima, Sabará e em Cordisburgo, conforme Lei nº 3516 de 05 de novembro de 1965.

Na década de 1970 a HIDROMINAS passa a integrar a estrutura administrativa da Superintendência da Indústria, Comércio e Turismo, com a competência entre outras de incentivar, apoiar, organizar ou coordenar atividades de turismo no Estado, conforme a Lei 5.792 de 08 de outubro de 1971.

Neste período é instituído o Sistema Operacional da Administração Pública do Estado, através do Decreto 14.446 de 13 de abril de 1972, onde o Sistema Operacional de Indústria, Comércio e Turismo, apresenta-se como órgão central a Superintendência da Indústria, Comércio e Turismo, tendo como entidades integrantes entre outras HIDROMINAS.

Posteriormente a Superintendência de Indústria, Comércio e Turismo é substituída pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, possuindo como subordinada a Superintendência de Turismo (SUTUR), a qual competia segundo Decreto 14.953 de 03 de novembro de 1972:

- I - promover, incentivar, apoiar e coordenar atividades de turismo, com base em programação aprovada pelo Governador do Estado;
  - II - orientar entidades públicas e privadas na captação de recursos, para a consecução dos objetivos definidos na programação de que trata o inciso anterior;
  - III - estimular e colaborar na implantação da infra-estrutura de turismo no Estado;
  - IV - manter registros e divulgar as atrações turísticas do Estado.
- (MINAS GERAIS, 1972)

Durante a década de 1970 inicia-se o Planejamento Governamental de Minas Gerais, com o intuito de incentivar o aumento do fluxo turístico. Posteriormente, este integra-se ao Plano Nacional de Turismo, a fim obter incentivos federais. (PEREIRA, 1999)

Dentro do Planejamento Governamental são elaborados documentos com referência ao turismo, sendo eles segundo Pereira (1999) e Silva Júnior (2004):

- I Plano Mineiro de Desenvolvimento Econômico e Social – PMDES (1972-1976) apresentava um capítulo destinado à atividade turística, sendo planejado por etapas, tendo como objetivos básicos:

reter o fluxo migratório, descentralizar espacialmente as atividades econômicas concentradas em Belo Horizonte, diversificar a estrutura produtiva e melhorar a distribuição de renda no estado. (SILVA JÚNIOR, 2004, p.35).

- II Plano de Mineiro de Desenvolvimento Econômico e Social – PMDES (1976-1979) tinha como estratégia básica:

a prática de negociação de recursos financeiros junto ao Governo Federal e/ou a agentes financeiros internacionais, como forma de viabilizar a exploração e a utilização dos potenciais produtivos do estado, a fim de atingir o desenvolvimento regional. (SILVA JÚNIOR, 2004, p.36).

Segundo Pereira (1999, p. 49) o PMDES (1976-1979) “trouxo poucas contribuições em relação ao seu antecessor”.

O Primeiro Programa Mineiro de Turismo – PROMITUR (1977-1978) foi estabelecido a partir do PMDES (1976-1979), como a finalidade de incentivar o turismo interno e incrementar o fluxo turístico em Minas. Para a execução do PROMITUR o estado cria o Grupo de Trabalho – GETUR.

Posteriormente em 1978 foi criada a Agência de Desenvolvimento Turístico de Minas Gerais – ADETUR/MG, órgão autônomo da Administração Direta, vinculada à Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Turismo, que segundo Pereira (1999) também não correspondeu às expectativas.

Em 1979 é criada a Empresa Mineira de Turismo – TURMINAS, através da Lei 7658 de 27 de dezembro de 1979, sendo vinculada à Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Turismo, integrando o Sistema Operacional de Indústria, Comércio e Turismo. A TURMINAS tinha sede em Belo Horizonte, era regida por estatuto aprovado pelo Governo do Estado e tinha como objetivos, de acordo como o art. 2º:

- I - formular e propor ao Secretário de Estado da Indústria, Comércio e Turismo, a política de turismo do Governo do Estado;
- II - executar a política de turismo do Governo do Estado;
- III - fomentar e promover o desenvolvimento do turismo no Estado;
- IV - divulgar e promover os produtos turísticos do Estado, fomentando sua

comercialização pela iniciativa privada;  
 V - implantar e manter o inventário do patrimônio turístico do Estado;  
 VI - promover a adoção de medidas de preservação, proteção e valorização dos recursos naturais e culturais do Estado;  
 VII - elaborar e propor ao Secretário de Estado da Indústria, Comércio e Turismo medidas de racionalização na utilização de recursos técnicos e financeiros a serem aplicados na implantação de serviços básicos e de infra-estrutura, nos locais de interesse turístico do Estado;  
 VIII - identificar e selecionar oportunidades para investimentos no setor turístico e promover e assistir a implantação de equipamentos turísticos no Estado;  
 IX - orientar, promover e colaborar em ações de formação, capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos para atividades turísticas do Estado;  
 X - criar, implantar e operar o Sistema Estadual de Informação e Estatística Turística, no Estado;  
 XI - implantar e operacionalizar, no Estado, as atribuições delegadas pelo órgão federal de turismo, através de convênios específicos;  
 XII - elaborar e propor normas e recomendações de ordenação do espaço turístico mineiro, quanto à sua utilização pelas iniciativas públicas e privadas.  
 XIII - explorar empreendimentos turísticos no Estado, nos seguintes casos:  
 a) quando se tratar de serviços ou equipamentos de apoio à atividade turística como um todo, e que revistam caráter de serviço público;  
 b) nos casos pioneiros, em que a iniciativa privada esteja claramente desinteressada;  
 c) nas associações entre o setor público e privado, agindo o primeiro, principalmente, como estimulador e o segundo como executor. (MINAS GERAIS, 1979)

- III Plano Mineiro de Desenvolvimento Econômico e Social – PMDES (1980-1983). Segundo Silva Júnior (2004) este plano adotou programas de desenvolvimento integrado, voltados para a população de baixa renda, com o intuito de proporcionar melhores condições de vida.

Neste período foi elaborado o segundo PROMITUR (1981-1982) que de acordo com Pereira (1999, p. 53) teria por finalidade “sanar a falta de uma política de turismo no Estado”, não conseguindo obter o intuito proposto, pois apresentava os mesmos problemas dos anteriores, a falta de um orçamento.

- IV Plano Mineiro de Desenvolvimento Econômico e Social – PMDES (1984-1987). De acordo com Pereira (1999, p.54) tinha como objetivo “a difusão da cultura, do patrimônio histórico e a melhoria de qualidade nos municípios e regiões de vocação turística”.

Neste mesmo período o governo reformulou os Sistemas Operacionais criando novas secretarias, dentre elas a Secretaria de Estado de Esportes, Lazer e Turismo – SELT, que tem por finalidade propor a política dos esportes, do lazer e do turismo, suscitar, coordenar e supervisionar a interverniência do Estado nas atividades dos três setores.

A Superintendência de Turismo – ST/SELT subordinada a SELT tinha como objetivo superintender a execução da política e diretrizes de turismo em todo o Estado, conforme o Decreto 23.373 de 24 de janeiro de 1984, no anexo III. Tinha como competência:

- I - Planejar, organizar, controlar e coordenar as atividades de turismo em todo o Estado;
- II - aprovar os planos de trabalho das entidades componentes do Sistema Operacional;
- III - fiscalizar a execução dos programas das entidades componentes do Sistema Operacional;
- IV - estimular a formação de técnicos necessários ao desenvolvimento do turismo em Minas Gerais;
- V - assessorar o Secretário em todas as atividades ligadas ao turismo;
- VI - exercer outras atividades correlatas que lhe forem delegadas. (MINAS GERAIS, 1984)

Neste mesmo Decreto compõem o Conselho Estadual de Turismo (CET), órgão colegiado consultivo do Sistema Operacional de Esportes, Lazer e Turismo, que têm por objetivo oferecer subsídios à formulação da política estadual de desenvolvimento turístico.

Na década de 1990 foi elaborado o I Plano Plurianual de Ação Governamental – PPAG (1992 – 1995), segundo Pereira (1999, p.60) “o turismo foi citado na parte do documento sobre políticas setoriais, relativas a comércio e serviços”.

A política estadual de turismo é definida em 1994 através do Plano Integrado de Desenvolvimento do Turismo em Minas Gerais (Planitur – MG). Seu objetivo é definir a política estadual de apoio e incentivo ao turismo como atividade econômica, do Conselho Estadual de Turismo (CET), este por sua vez tem por finalidade aprovar planos, programas e projetos vinculados à formulação e à execução da política estadual de desenvolvimento do turismo e do Fundo de Assistência ao Turismo (Fastur), que tem como objetivo apoiar e incentivar o turismo como atividade econômica e como forma de promoção e desenvolvimento social e cultural em cidades históricas, estâncias hidrominerais e outras localidades com reconhecido potencial turístico.

A partir de 1999 o turismo em Minas Gerais passa a ter uma Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais (SETUR), através da Lei nº 13.341 de 28 de outubro, tendo por finalidade planejar, coordenar, fomentar e fiscalizar o turismo, objetivando a melhoria da qualidade de vida das comunidades, a geração de emprego e renda e a divulgação do potencial turístico do estado. A TURMINAS é

vinculada a SETUR, através Lei nº 13.341 de 28 de outubro de 1999, art. 20º compete, de:

- I - propor a política estadual de turismo, o Plano Mineiro de Turismo e os demais planos, programas e projetos estaduais relacionados com o apoio e o incentivo ao turismo;
- II - propor o calendário oficial de eventos turísticos do Estado;
- III - implementar e coordenar a execução da política estadual de turismo;
- IV - planejar, promover e avaliar o desenvolvimento do turismo no Estado;
- V - promover e divulgar os produtos turísticos do Estado;
- VI - celebrar contratos, convênios, acordos, ajustes e outros instrumentos com entidades de direito público e privado, nacionais e estrangeiras, para a realização de seus objetivos;
- VII - propor normas relacionadas ao estímulo e ao desenvolvimento do turismo, no âmbito de sua competência;
- VIII - exercer a supervisão das atividades dos órgãos e das entidades da sua área de competência;
- IX - exercer outras atividades correlatas. ( MINAS GERAIS,1999)

Os circuitos são institucionalizados, através do Decreto nº 43.321 de maio de 2003, que dispõe sobre o reconhecimento dos circuitos turísticos e dá outras providências.

A resolução nº 007 de agosto de 2003, institui o certificado de reconhecimento dos circuitos turísticos de MG, que é anual. Para receberem o certificado, os Circuitos Turísticos deverão contar com pelo menos um ano de existência formal e serem constituídos por no mínimo 05 (cinco) municípios de uma mesma região que tenham afinidades turísticas (Setur, 2016).

A apropriação do espaço geográfico pela atividade turística, através dos seus elementos básicos, oferta turística e a demanda, promovem transformações espaciais de modo a melhor atender às novas funções turísticas e às demandas dos turistas, modificando os locais receptores e os emissores, bem como também os seus deslocamentos. Estas transformações são objeto de estudos da Geografia do Turismo, pois influenciam o fluxo turístico, demonstrando a sua crescente importância a partir da pós-modernidade, que possibilitou o homem viajar mais. Uma vez que ocorrem mais viagens, o turismo apropria do espaço geográfico e modifica o espaço/paisagem, com será abordado a seguir.

## **2.6 A Geografia e o Turismo**

### 2.6.1 *Evolução geográfica do turismo*

O turismo pós-Revolução Industrial cresceu, consolidou e possibilitou avanços e transformações em várias áreas, convertendo-se em um fenômeno e desperta nas pessoas o desejo de viajar. Estas transformações interferiram nas análises dos turistas, pois estes se tornam mais exigentes, quanto às condições de infraestrutura oferecida a eles, e também, tornaram-se mais críticos com a qualidade de vida do morador local e com alguns aspectos ambientais.

O turismo por ser uma importante atividade econômica, possibilita o crescimento econômico de vários países, refletindo em mudanças econômicas, sociais e culturais da população.

O estudo do fenômeno turístico é realizado nas várias áreas do conhecimento, principalmente pelas Ciências Sociais, conferindo a ele características multidisciplinar e interdisciplinar. Segundo Rodrigues (1992), Groote (1983) e Sancho (1998), os estudos geográficos abordam vários aspectos como: econômicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos, constitucionais e regionais além dos aspectos político, cultural e ecológico, demonstrando a complexidade do estudo do turismo.

Em 1905, pela primeira vez, a expressão geografia do turismo foi mencionada, pois esta área de estudo pelos geógrafos é recente, sendo descrita por J. Strander (1917) citado por Gómez (1988):

... foi o introdutor na literatura especializada alemã, o termo geografia do turismo (*Fremdenverkehrsgeographie*), que desde então tem servido para designar o ramo da nossa disciplina que tem se ocupado em analisar de uma maneira particular certos impactos produzidos, para que pudéssemos amplamente chamar o fenômeno do ócio. (GÓMEZ, 1998, p.46, apud RODRIGUES, 2003, p.72, tradução nossa)<sup>17</sup>

Os estudos realizados a partir das décadas de 1970 e 1980 pelos geógrafos tiveram a princípio, a preocupação com os espaços apropriados pelo turismo. Na Europa o estudo da geografia do turismo era principalmente sobre os recursos dos espaços rurais e naturais, posteriormente foram realizados estudos sobre os

---

<sup>17</sup> fue el introdutor (12) en la bibliografía germana especializada del término geografía del turismo (*Fremdenverkehrsgeographie*), el cual, desde entonces, ha servido para designar a la rama de nuestra disciplina que se ha ocupado de analizar de una manera particular ciertos impactos producidos, por lo que de una manera amplia pudiéramos llamar el fenómeno del ocio.



espaços dedicados a recreação e áreas urbanas de interesse do turismo. Nos últimos vinte anos vários outros estudos foram realizados com temas turísticos. Vários estudiosos contribuíram com estes estudos destacando os franceses, alemães, suíços e espanhóis. (CORIOLANO; SILVA 2005).

Rejowski (2002b) aponta as múltiplas concepções temáticas, como a economia, sociologia, psicologia, geografia, antropologia e outras disciplinas.

Por ser um fenômeno de múltiplas facetas, penetra em muitos aspectos da vida humana, quer de forma direta, quer indireta. Conseqüentemente, tem-se desenvolvido utilizando métodos e técnicas de várias disciplinas. (REJOWSKI, 2002b, p.18).

De acordo Rejowski (2002b) a geografia é uma das poucas áreas com interesse em estudar o turismo sob a intitulação de geografia do turismo, geografia turística, geografia da recreação ou geografia recreacional.

a geografia do turismo ocupa-se, essencialmente (mas não exclusivamente) da expressão espacial das relações e dos fenômenos derivados das viagens de curta duração, sendo seis os seus principais tópicos de estudo: padrões de distribuição espacial da oferta; padrões de distribuição espacial da demanda; geografia dos centros de férias; movimentos e fluxos turísticos; impactos do turismo; modelos de desenvolvimento do espaço turístico. (PEARDE, 1998 apud REJOWSKI, 2002b).

O turismo ganha força na modernidade, com o avanço tecnológico, possibilitando a diminuição das jornadas de trabalho e com a incorporação do salário fixo que permitiram ao trabalhador ter horas livre. Estas horas não trabalhadas, ou seja, o ócio permitiu ao homem viajar.

No início do século passado, de acordo com Lozato-Giotart (1990) este ócio estava ligado à contemplação da natureza, restrito a poucas pessoas privilegiadas.

Em outro tempo, era possível contentar-se em viajar lentamente, admirando a beleza dos lugares e as riquezas artísticas de modo case solitário, intimista; o albergue de passagem, frequentemente na casa de algum habitante por uma noite, a acolhida de um alojamento ou a frequência regular de alguns raros grandes hotéis-palácios nos primeiros centros turísticos representavam as principais formas de acolhida. (LOZATO-GIOTART, 1990, p.9, 10, tradução nossa)<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> En otro tiempo, era posible contentarse con viajar lentamente, admirando la belleza de los lugares y las riquezas artísticas de modo casi solitario, intimista; el albergue de paso, a menudo en casa de algún habitante o en el hostel de una noche, el alquiler más o menos estacional de un alojamiento o la frecuentación regular de algunos raros grandes hoteles-palacios de los primeros centros turísticos, representaban las principales formas de acogida.

O ócio utilizado no turismo como apresenta Bullón (1990), está relacionado ao lazer, ao tempo não trabalhado.

Tempo livre é um número de dias ou horas disponíveis para o ócio ou loisir e Lazer é uma palavra ou, o que em nossa língua pode ser usado de forma pejorativa, mas em sua versão positiva significa o mesmo que loisir. Loisir, leisure ou lazer, entretanto, indicam a fração de tempo que é usada para relaxar o corpo e espírito de um modo ativo. (BOULLÓN, 1990, p.54, tradução nossa)<sup>19</sup>

O ócio segundo Barretto (2000, p. 59), “era um atributo de classe e não uma divisão do tempo de todas as pessoas”. Existiam duas classes sócias os que trabalhavam, o seu tempo de descanso era na sua própria casa ou em sua terra e os que não trabalhavam podiam viajar e gastar dinheiro de forma ostensiva. O tempo de lazer após a Revolução Industrial (XVIII), quando foram instituídas as horas de jornada de trabalho com o tempo de descanso aos domingos e depois com as férias.

O turismo deixa de ser apenas contemplativo na segunda metade do século XX, quando o turismo torna-se turismo de massa, provocando transformações espaciais, pois este é consumido para atender esta nova demanda turística. Mas que segundo Boyer (2003), mesmo o turismo ter ser transformado em turismo de massa, este continua “não público”, uma vez que não consegue beneficiar a totalidade da população.

Barros (1998) ressalta as transformações e as adaptações nas paisagens geográficas, devido ao crescimento e a expansão do turismo. Em decorrência a essa expansão turística, o espaço foi modificado para atender as novas funções turísticas. Cabendo a geografia do turismo:

Estudar as relações entre os assentamentos turísticos e o meio ambiente; as formas, as dinâmicas e as diferenciações das paisagens que se criam pela difusão e desenvolvimento da função turística, assim como as representações que se fazem das paisagens turísticas. (BARROS, 1998, p.7)

O interesse da geografia do turismo é estudar o exercício da atividade turística nas diferentes regiões e as transformações em decorrência das novas funções turísticas.

---

<sup>19</sup> Tiempo libre es un número de días o de horas disponibles para el ocio o el loisir y que o Ocio es una palabra, la cual en nuestro idioma puede usarse peyorativamente, pero en su versión positiva significa lo mismo que loisir. Loisir, leisure o lazer por su parte, indican aquella fracción del tiempo libre que se usa para descansar el cuerpo y el espíritu de un modo activo.

É onde a geografia do turismo se justifica segundo Lozato-Giotart (1990) “É o crescimento e o desenvolvimento das atividades turísticas no espaço que se justifica uma geografia do turismo” (LOZATO-GOTART, 1990, p. 7, tradução nossa)<sup>20</sup>.

De acordo com Coriolano e Silva (2005) a geografia do turismo estuda os espaços apropriados pelo o turismo:

A geografia do turismo estuda os espaços ocupados pelo turismo e que às vezes ajudam a denominar o próprio segmento turístico, como, por exemplo, turismo de natureza, litorâneo, rural e urbano, ou seja, analisa o que o espaço oferece para viabilizar o turismo. (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 120).

### 2.6.2 O Espaço Geográfico apropriado como espaço turístico

A visão geográfica do turismo consiste na interação do homem com o ambiente, conseqüentemente nas modificações do espaço, pois este se adapta gerando novas formas espaciais para atender a atividade turística, transformando-o em um ambiente favorável a um maior fluxo de turistas e de capitais, principalmente nos núcleos receptores de turistas.

O turismo é, antes de tudo, uma experiência geográfica. Apresenta-se como fenômeno geográfico no sentido de representar uma relação direta entre o homem e os espaços, ou seja, o homem e o ambiente. É um indutor da organização espacial e da mobilização de fluxos populacionais. Por meio do turismo, a natureza, o litoral e os espaços geográficos transformam-se em espaços turísticos. (CORIOLANO, 1998 p. 22)

No entendimento de Dollfus (1972, p.8) “o espaço geográfico é um espaço mutável e diferenciado cuja aparência visível é a paisagem”. Assim sendo a paisagem apresenta vestígios do passado e ela nunca é igual à outra paisagem.

Para Tuan (1980) tanto o espaço quanto o lugar são locais que indicam as experiências comuns, o espaço é liberdade, é o local demarcado e defendido contra os invasores, o lugar é o local onde sentimos segurança. No início o espaço é um local indiferente, mas a partir do momento que lhe é atribuído valor e as nossas necessidades biológicas são atendidas, este local passa ser identificado como lugar, e adquire um significado quando é acrescentado sentimentos ao longo dos anos e passa a ser o espaço dos fixos e fluxos segundo definição de Milton Santos (2002).

---

<sup>20</sup> Es el crecimiento y el desarrollo de las actividades turísticas em el espacio lo que justifica una geografía del turismo.

O espaço geográfico é um todo o qual abarca várias outras categorias da geografia, como: paisagem, região, território e lugar. Nela, o Homem é o agente por excelência no que tange a sua construção e/ou transformação, sempre em interação com o meio em que vive. (CORRÊA, 2010).

Boullón (2002) entende como espaço turístico:

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país. (BOULLÓN, 2002, p.79)

Para ocorrer o uso do espaço geográfico pelo turismo é necessário ter dois fatores: sua valorização (cultural) pela prática social do turismo e a divisão social e territorial do trabalho. Cruz (2003) considera o espaço turístico como:

Considerando que os espaços são diferentemente valorizados pelas sociedades, em função das possibilidades técnicas que determinam a sua utilização, de fatores políticos, econômicos e também, culturais, todo espaço do planeta (e mesmo de outros planetas). (CRUZ, 2003, p.12)

No entendimento de Lozato-Giotart (1990), o espaço é a matéria prima do turismo, e as condições geográficas representam um importante fator de atração turística.

O espaço pode ser considerado como a matéria-prima do turismo sem subestimar outros fatores, as condições geográficas desempenham um importante papel muitas vezes essencial, na atração turística de um lugar. As condições naturais, o patrimônio cultural e histórico, o potencial técnico e o meio econômico são outros tantos critérios geográficos envolvidos, sozinhos, e em combinação, nos diferentes tipos de locais turísticos. (LOZATO-GOTART, 1990, p. 38, tradução nossa)<sup>21</sup>

Xavier (2007) observa que no espaço estão inseridas todas as categorias de atrativos turísticos, classificadas como: naturais, histórico-culturais, manifestações culturais e populares e os eventos técnicos, científicos e os programados.

---

<sup>21</sup> el espacio puede ser considerado como la materia prima del turismo y sin subestimar los demás factores, las condiciones geográficas juegan un papel de primer orden, a menudo esencial, en la atracción de un lugar turístico. Las condiciones naturales, el patrimonio cultural e histórico, el potencial técnico y el medio económico son otros tantos criterios geográficos que intervienen, ya solos, ya en combinación, en los diferentes tipos de localizaciones turísticas.

Ao se apropriar destes espaços, o Turismo o reorganiza de formas diferentes. Coriolano (1998) descreve a atividade turística:

O turismo é uma atividade que se desenvolve por meio dos elementos dos espaços geográficos. Assim sendo, ao utilizar a natureza como atrativo turístico, os equipamentos urbanos como infra-estrutura do turismo, os territórios de origens de turistas, as comunidades receptoras com sua população residente e as práticas sociais decorrentes deste encontro, o turismo passa a ser objeto do saber geográfico. (CORIOLANO, 1998, p.21)

Segundo Sarmiento (1999), a atividade turística é realizada através dos valores e dos significados construídos pela sociedade. A paisagem ganha significado através dos visitantes, e promotores turísticos entre outros.

Ao mesmo tempo em que a paisagem ganha nos significados, ela sofre alterações, para adequar a nova função turística com a instalação de equipamentos e serviços, uma vez que os turistas utilizam as áreas naturais (praias, cachoeiras, lagos, grutas, etc) para descansar e relaxar, em decorrência a vida agitada e estressante das grandes cidades.

Barros (1998) aponta questionando ao que acontece com a paisagem.

Estas paisagens vão sendo valorizadas, re-representadas, a partir das funções emergentes dos serviços, como turismo, conservação ambiental, pesquisa, de maneira que uma nova relação homem/meio se estabelece e se difunde a nível planetário entre centro e periferias. (BARROS, 1998, p.20)

Somente a infraestrutura hoje em dia não é suficiente, pois segundo Coriolano (1998), a principal atração turística:

de um lugar vem sendo cada vez mais, a qualidade de vida da população do lugar visitado. (...) Para um turismo de qualidade não basta o lugar oferecer infraestrutura, implica também a qualidade de vida do lugar que vai das condições ambientais às condições políticas, sociais e culturais de seus habitantes. (CORIOLANO, 1998, p.147).

Portanto planejar o turismo é fundamental para melhorar a qualidade de vida da população, preservando a identidade cultural coletiva e individual, torna-se um desafio para os todos os profissionais envolvidos.

### 2.6.3 Geografia da Percepção

A Geografia da Percepção está fundamentada no neopositivismo e no existencialismo, com base na Geografia Humanística. Tem por objetivo compreender a organização do espaço, onde ocorrem as atividades turísticas, através das experiências vividas pelo homem em relação ao meio ambiente. (AMORIM FILHO, 1987).

A Geografia da Percepção começa a ser estudada no final da década de 1950 e início da década de 1960, segundo Xavier (2007), em decorrência da preocupação em compreender os valores e as atitudes das pessoas em relação ao lugar.

Segundo Amorim Filho (1987), a geografia da percepção e do comportamento espaciais, começa a se fortalecer a partir da década de 1970, sendo uma reação à Geografia Teórica e Quantitativa, tendo como seu pressuposto fundamental: “é a afirmação segundo o qual as pessoas se comportam no mundo real não a partir de um conhecimento objetivo desse mundo, mas com base nas imagens subjetivas dele”. (AMORIM FILHO, 1987, p. 13).

O excesso de abstração e de teorização realizada pela corrente quantitativa-teórica fica evidente, sendo o homem relegado, por ambas, a um plano secundário.

Pelo fato de criticar essas duas correntes e de preconizar a priorização não mais apenas de um conhecimento pretensamente objetivo e/ou teórico, mas, sim, das percepções, representações, atitudes e valores dos homens em geral, os estudos de percepção ambiental foram incluídos em um grande movimento que recebeu, na década de setenta, o nome de “geografia humanística”. (AMORIM FILHO, 1999, p.140)

A procura por novos paradigmas modifica não apenas a geografia, mas também o mundo, como Andrade (1987) discorre sobre esse período:

O impacto do pós-guerra sobre a Geografia não se limitou a fazê-la sair das Universidades e tentar disputar espaço com outras disciplinas na área do planejamento e da crítica social. Ela provocou a reflexão dos geógrafos sobre a natureza da Geografia e os levou a atitudes de crítica, à reformulação dos seus princípios científicos e filosóficos, à negação do passado, [...], e à procura de novos caminhos. (ANDRADE, 1987, p.105).

A geografia sofreu influências externas, econômicas e sociais, possibilitando o surgimento de propostas que progrediram para uma Geografia Humanista. Nesse

sentido, esta Geografia buscaria entender como os homens percebem o espaço vivenciado por eles, ou seja, cada indivíduo enxerga o mundo de forma diferente e atribui diferentes significados à paisagem, pois a percepção resulta da aprendizagem individual.

como se dá sua consciência em relação ao meio e como percebem e reagem frente às condições e os elementos do meio ambiente e como esse processo se reflete na ação e sobre o espaço. (MORAES, 1990, p.114)

Gibson (1950) trouxe grande contribuição para o estudo da percepção espacial ligado ao processo visual, que pode ser um campo visual sentido e de um mundo visual percebido. (XAVIER, 1991, 2007)

O campo visual sentido apresenta duas condições, a primeira o mundo visual espacial, que é a percepção literal, com as suas cores, superfícies, bordas, pendentes, formas e interstícios, a segunda o mundo das coisas úteis e significativas, que é a percepção seletiva e esquemática, é o mundo os objetos, lugares, pessoas, sinais e símbolos escritos.

Gibson (1950) explica que os objetos percebidos no espaço apresentam significados, sendo que a psicologia dos significados apresenta várias situações:

- o significado primitivo concreto, manipulação do objeto;
- o significado de uso, para a satisfação de necessidade, como objetos de alimentação, de trabalho ou de brinquedo;
- o significado de instrumento, os artefatos, construções e máquinas;
- os significados emocionais, que tomam uma forma atrativa ou repulsiva;
- o significado dos sinais, pelos quais um objeto sugere outro não significativamente presente;
- o significado dos símbolos abstratos, como transmissores, o dinheiro e a bandeira nacional. (XAVIER, 2007, p. 30)

Estes significados interferem na percepção do espaço, selecionando ou modificando propriedades, através da cor, do tamanho e do contorno dos objetos. que estão ligados à personalidade e a cultura de quem percebe. A lista de significados não inesgotável uma vez que ela se redimensiona, se amplia e aprofunda. (XAVIER, 2007).

Gibson (1950) citado por Livia de Oliveira enfatiza que,

O mundo está saturado por muitas classes de significados, as quais se vão multiplicando à medida que vivemos. Os significados interferem na

percepção do espaço, selecionando ou modificando propriedades tais como a cor, o tamanho e o contorno do objeto. Tais propriedades estão na dependência da personalidade ou da cultura de quem percebe. À medida que os objetos são identificados e observados as diferenças e semelhanças entre eles, às percepções do mundo tornam-se diferenciadas (OLIVEIRA, 2000, p. 15).

Lynch (2011) contribui para a compreensão da percepção, dos problemas ligados a paisagem urbana:

a cidade é uma construção no espaço, mas uma construção em grande escala, algo perceptível no discurso de longos períodos de tempo. [...] Todo cidadão possui numerosas relações com algumas partes da cidade e a sua imagem está impregnada de memórias e significados (LYNCH, 2011, p.11)

A imagem do meio ambiente é o resultado de um processo bilateral entre o observador e o meio, ou seja, o observador atribui sentido a imagem que vê.

Para Lynch (2011) a imagem do meio ambiente apresenta três componentes: identidade, estrutura e significado. A imagem precisa da identificação de um objeto e de sua distinção em relação a outro, bem como o seu reconhecimento. Na estrutura a imagem tem uma relação estrutural ou espacial do observador com os objetos e o significado pode ser prático ou afetivo.

Outra grande contribuição de Lynch (2011) para análise da paisagem urbana, utilizada pelos geógrafos, principalmente para a geografia do turismo, foi a identificação dos elementos da imagem urbana, como: vias, limites, bairros, cruzamentos e pontos marcantes.

Vias: são os locais ao longo dos quais o observador se move, usual, ocasional ou potencialmente. Podem ser as ruas, passeios, linhas de trânsito, canais e caminhos de ferro.

Limites: são os elementos lineares não usados nem considerados pelos habitantes como vias. São as fronteiras entre duas partes, interrupções lineares na continuidade. Podem ser barreiras mais ou menos penetráveis que matem uma região das outras.

Bairros: são regiões urbanas de tamanho médio ou grande, concebidos como tendo uma extensão bidimensional, regiões essas que o observador penetra (- para dentro de -) mentalmente e que reconhece como tendo algo em comum e de identificável.

Cruzamentos: são pontos, locais estratégicos de uma cidade, através dos quais o observador nela pode entrar e constituem intensivos focos para os quais e dos quais ele se desloca.

Pontos marcantes: são pontos onde o observador não está dentro deles, pois são externos. São normalmente representados por um objeto físico, definido de modo simples: edifício, sinal, loja ou montanha. Para os que conhecem bastante bem uma cidade, está comprovado que os elementos marcantes funcionam como indicações absolutamente seguras do caminho



a seguir. (LYNCH, 2011, p. 52, 53)

Todos os elementos identificados não existem separadamente, eles se interligam e se sobrepõem constantemente. Segundo Xavier (2007, p.35) os elementos identificados “são a matéria-prima da imagem dos espaços turísticos”.

Ab’ Sáber (2003, p.9) enfatiza que a paisagem é sempre uma herança, em todo o sentido da palavra: herança de processos fisiográficos e biológicos. Segundo o autor “o patrimônio coletivo dos povos que historicamente as herdaram como território de atuação de suas comunidades”

A primeira abordagem das paisagens tem caráter de herança de processos de atuação antiga, que são remodeladas e modificadas por processos de atuação recente. Na segunda abordagem as nações herdaram paisagens e ecologias, em espaços territoriais que maiores ou menores, mas fica evidente que estes povos são responsáveis pela utilização específica de cada tipo de espaço e paisagem, com o intuito de preservá-los.

No Brasil, a percepção na geografia sofreu influência pelas ideias de Tuan e pelos estudos de Livia de Oliveira, fundamentado na obra de Jean Piaget. Posteriormente aparecem outros trabalhos sobre percepção ambiental.

Tuan (1980) define percepção como:

é tanto a resposta dos sentidos aos estímulos externos, como a atividade proposital, na qual certos fenômenos são claramente registrados, enquanto outros retrocedem para a sombra ou são bloqueados. (TUAN, 1980, p.4)

Segundo o autor, para nossa sobrevivência biológica valorizamos o que percebemos, pois além de nos proporcionar satisfação, está enraizada na nossa própria cultura.

Oliveira (2009) afirma que a Geografia da Percepção está atrelada a atividade perceptiva. Segundo Piaget esta pode ser:

Multifacetada, excluindo uma interação imediata, mas necessitando de outras ações, tais como: exploração, transposição espaço-temporal, ou puramente temporal, transporte, coordenação, esquematização, estruturação e outras. (OLIVEIRA, 2009, p.189)

Através da atividade perceptiva que esta ligada ao sentido, é que podemos atribuir significados e adquirir conhecimento.

Del Rio (1999) entende a percepção como:

Entendemos a percepção como um processo de interação do indivíduo com o meio ambiente que se dá através de mecanismos perceptivos propriamente ditos e, principalmente cognitivos [...] Embora essas percepções sejam subjetivas para cada indivíduo, admite-se que existam recorrências comuns, seja em relação às percepções e imagens, seja em relação às condutas possíveis (DEL RIO, 1996, p. 3- 4).

Segundo Vieira e Oliveira (2000, p. 30) “a imagem é básica para o turismo”, e é isso que faz com que as pessoas viagem.

Imagem construída de lugares, formada por um processo mental, proveniente de experiências, lembranças, do acúmulo de informações de um conhecido e por conhecer é, portanto, a imagem turística, que se forma a partir de momentos vivenciados dos folhetos de propaganda ou da troca de informações fornecidas por outros viajantes. (VIEIRA; OLIVEIRA, 2000, p. 30).

Hunt (1975) examina o fenômeno da imagem e como ela é transmitida para o turismo. Todos os lugares podem apresentar imagens boas, ruins e diferentes, mas precisam ser identificadas e alteradas para serem exploradas adequadamente.

ressaltando que a percepção obtida por um visitante tem valor significativo na viabilidade de uma área com vocação turística. Atribui à imagem que se tem de um lugar, um fator para o desenvolvimento do turismo. (HUNT, 1975 apud VIEIRA; OLIVEIRA, 2000, p. 31).

Para Piaget (1996), segundo Vieira e Oliveira (2000, p. 31) “a concepção de imagem mental está intimamente relacionada com a noção de conhecimento”. O autor se preocupava com a natureza e o papel da imagem.

Miossec (1977) considera a imagem turística complexa, pois esta relacionada ao sonho das pessoas, reconhecendo assim três grandes tipos de imagens turísticas: a global, a tradicional e a atual. (MIOSSEC, 1977 apud VIEIRA; OLIVEIRA, 2000).

A imagem global corresponde às aspirações do ser humano em ultrapassar seu limite, local onde domina facilmente, pois lhe é familiar. A imagem do global nasce da necessidade em conhecer novos lugares e adquirir novas experiências e status social em outro local, diferente daquele que ocupa e onde possui uma posição social. (VIEIRA; OLIVEIRA, 2000).

A imagem tradicional esta ligada as experiências vividas pelas pessoas, sendo que cada camada social valoriza o espaço de forma específica. A imagem tradicional é transmitida e moldada através dos costumes e do tempo e que pode variar segundo a sua escala, dentro ou fora dos países. (VIEIRA; OLIVEIRA, 2000).

A imagem atual é a imagem nova, criada pela moda, pela mídia, pelos padrões de beleza da sociedade contemporânea. Possui três componentes: o turista, que possui o desejo de sair do cotidiano, o receptor, local com infraestrutura onde o turista será recebido e o organismo de viagem, que são os agentes de turismo e os publicitários, que têm o papel de incentivar e direcionar os desejos dos turistas. As imagens são selecionadas e colecionadas, e influenciam a localidade. (VIEIRA; OLIVEIRA, 2000).

A percepção dos moradores, proprietários de equipamentos turísticos (hotéis, pousadas e restaurantes), turistas e do poder público local é importante, pois possibilita para analisar o perfil dos mesmos e assim traçar e dimensionar tanto a oferta como a demanda do município de Cordisburgo, como será abordado mais adiante neste estudo.

O próximo capítulo traz uma descrição da metodologia adotada na materialização deste estudo, demonstrando as sete etapas que foram vencidas na busca dos objetivos deste trabalho.

### **3 METODOLOGIA**

A região de estudo foco deste trabalho, localiza-se na porção central de Minas Gerais, em área de ocorrência de calcário, apresentando potenciais atrativos turísticos associados às áreas científica, literária, artística e pedagógica que podem ser viabilizados economicamente por se apresentarem ligados à natureza, como: vegetação, clima, relevo, hidrografia; e aos atrativos históricos, culturais e religiosos.

Diante disso e da inexistência de estudos científicos voltados para a atividade turística na região, esta dissertação tem como objetivo geral compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo. Para permitir o entendimento do comportamento dos diversos fatores e elementos que atuam no desenvolvimento da atividade turística no município serão utilizadas abordagens quantitativas e qualitativas.

#### **3.1 A fase exploratória**

Após a definição estudo, foi realizado um trabalho de campo exploratório, tendo como objetivo um contato inicial com a região a ser analisada. Essa percepção inicial aliada ao levantamento bibliográfico foi extremamente importante, uma vez que estimulou a investigação do aspecto econômico, sociocultural, científico e arquitetônico que deixaram um legado patrimonial riquíssimo para Cordisburgo.

Após a fase exploratória deu-se início à fase sistemática da materialização deste estudo, organizada em sete etapas.

#### **3.2 A revisão bibliográfica**

Na primeira etapa foi realizada a revisão bibliográfica, que contemplou diversas obras de autores nacionais e internacionais, que auxiliaram a compreensão dos antecedentes históricos do turismo em Minas Gerais, bem como no Brasil e no Mundo.

### **3.3 Levantamento de informações secundárias sobre o município de Cordisburgo**

A segunda etapa consistiu na coleta de dados sobre o município, incluindo informações básicas sobre o processo histórico e de ocupação, localização (mesorregião e microrregião), municípios limítrofes, geologia, geomorfologia, clima, hidrografia, vegetação, que possibilitaram compreender as condições gerais e o processo de desenvolvimento do município. O levantamento dos dados para a caracterização da área foi realizado junto a várias instituições, tais como o Arquivo Público Mineiro (APM), Centro Nacional de Pesquisa e Conservação de Cavernas (CECAV), Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG), Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas, Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM), Fundação Centro Tecnológico de Minas (CETEC), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM), Instituto Nacional de Meteorologia (INMET), Ministério do Meio Ambiente (MMA), e, principalmente nas seguintes publicações: Atlas Digital de Minas Gerais (WebAtlas), Atlas Digital das Águas de Minas e o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil.

### **3.4 Processamento, organização e representação de informações secundárias sobre o município de Cordisburgo**

De posse de todos estes dados iniciou-se a terceira etapa, com a elaboração dos mapas de localização, litologia, hidrografia, vegetação e da bacia do Rio São Francisco. Estes mapas foram elaborados com as bases digitais fornecidas pela Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM), Departamento Nacional de Infraestrutura de Transporte, Agência Nacional de Águas (ANA), Infraestrutura de Dados Espaciais de Minas Gerais e bases digitais de Minas Gerais fornecidas pelo laboratório de Cartografia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Posteriormente, as informações e bases foram trabalhadas no programa ArcGIS 10.1, da ESRI, licenciado para o laboratório de Cartografia do Programa de Pós Graduação em Geografia – Tratamento da Informação Espacial da PUC-Minas.

### **3.5 Levantamento primário de informações sobre os atrativos e infraestrutura turísticos**

Na quarta etapa foi realizado um levantamento dos aspectos físicos naturais, sociais, econômicos e os atrativos naturais e culturais de Cordisburgo, através de trabalhos de campo e consulta aos sites oficiais da Prefeitura de Cordisburgo, Secretaria Estadual de Turismo de Minas Gerais. Através desse levantamento foi identificado um patrimônio de grande relevância científica, cultural, social e histórica, que pode ser revertido em melhoria econômica, para identificar a demanda turística do município foi utilizado o dado estatístico do Museu Casa Guimarães Rosa do ano de 2014, através da cópia do livro de assinaturas dos visitantes, que serviu de base para o tratamento estatístico das informações.

### **3.6 Processamento, organização e representação de informações primárias sobre os atrativos e infraestrutura turísticos**

A quinta etapa consistiu em identificar, mapear, e realizar uma breve descrição da história dos principais atrativos turísticos naturais (unidade de conservação, grutas/cavernas), culturais (edificações de arquitetura histórica/cultural/religiosa, museus, artesanato e eventos anuais), bem como da infraestrutura turística (hospedagem, restaurantes, agências, guia turístico, locadora de veículos, transporte público, posto de saúde) de Cordisburgo. Para executar este levantamento foi realizado um trabalho de campo, que tinha como objetivo o georreferenciamento desses aspectos. Cada um dos atrativos turísticos e dos equipamentos turísticos foi pessoalmente visitado e fotografado, sendo que essas visitas foram guiadas por informações previamente obtidas em consultas aos sites de empresas turísticas, guias turísticos e ao site oficial de Cordisburgo. Os dados obtidos serviram para confeccionar o mapa que sintetizou as informações colhidas nesta etapa.

### **3.7 Levantamento primário sobre a percepção de distintos atores sobre a atividade turística em Cordisburgo**

#### *3.7.1 Os instrumentos*

A sexta etapa caracterizada pela formulação e aplicação de questionários, (Apêndice B – Termo de Consentimento e questionários), em visitantes, turistas, moradores e empresários ligados ao turismo, com a finalidade de analisar a sua percepção em relação aos atrativos turísticos, à qualidade da infraestrutura e equipamentos, e do crescimento econômico em Cordisburgo. Os questionários buscam, ainda, a caracterização do perfil socioeconômico dos entrevistados.

A percepção dos moradores sobre o turismo local é essencial para compreender a atividade turística como possibilidade de crescimento econômico para a cidade. O questionário aplicado aos moradores está organizado em três partes: a primeira destinada ao perfil socioeconômico; a segunda à percepção da infraestrutura turística; sendo que a terceira contempla sugestões de melhorias em relação à atividade.

A percepção dos turistas sobre a cidade, suas motivações e satisfação em relação aos serviços e atrativos turísticos oferecidos foram também exploradas. O questionário aborda inicialmente o perfil socioeconômico; seguido da expectativa com relação aos serviços e equipamentos turísticos; a percepção das diferentes áreas do turismo desenvolvidas em Cordisburgo; e finalizada com sugestões de melhorias.

#### *3.7.2 A amostragem*

Os questionários e os termos de consentimento (Apêndice B – Termo de Consentimento e questionários) foram aplicados com base em distintas estratégias amostrais. A seleção dos moradores, representantes do poder público local e dos empresários do setor turístico foi realizada com base em uma amostragem do tipo não probabilística, uma vez que o desconhecimento da complexidade das populações em questão inviabilizou um tratamento probabilístico, com o cálculo de margens de erro e intervalos de confiança.

Com base nesta estratégia foram aplicados 21 questionários junto aos moradores, com destaque para algumas lideranças comunitárias dos povoados e da área central, bem como de associações e moradores mais antigos. Por sua vez, foram oito os questionários aplicados junto aos empreendedores do setor turístico: proprietários de hotéis e restaurantes da cidade de Cordisburgo. Também foram oito os questionários aplicados junto a representantes do Poder Público, com destaque para o prefeito, vice-prefeito, presidente da câmara dos vereadores, secretária de turismo, comandante da Polícia Civil, cabo da Polícia Militar, diretor do Museu Casa Guimarães Rosa e diretor do Monumento Natural Estadual Peter Lund (Gruta do Maquiné).

O processo de seleção dos turistas se deu de maneira aleatória, com base em uma estratégia amostral probabilística, que levou em consideração o número de visitantes dos dois principais atrativos turísticos de Cordisburgo: a Gruta do Maquiné e o Museu Casa Guimarães Rosa, utilizando como referência o mês de janeiro de 2015. O mês de janeiro foi escolhido por receber o maior número de visitantes e por ser um período de férias, facilitando o processo de coleta das informações. Com base nessa estratégia, foram aplicados 363 questionários, sendo 282 na Gruta do Maquiné e 81 no Museu Casa Guimarães Rosa. O número total de questionários garantiria uma margem de erro de +/- 5% para um intervalo de confiança de 95% e uma população infinita.

Levando-se em conta o número total de visitantes, distribuiu-se o número de questionários a ser aplicado de modo proporcional à taxa de visitação de cada dia da semana nos dois atrativos turísticos. Desta forma, os 282 questionários aplicados junto aos visitantes da Gruta do Maquiné foram divididos da seguinte maneira: 32 na segunda feira; 30 na terça feira; 21 na quarta feira; 27 na quinta feira; 56 na sexta feira; 65 no sábado e 61 no domingo. Por sua vez, os 81 questionários aplicados no Museu Guimarães Rosa foram divididos da seguinte maneira: três na segunda feira; sete na terça feira; oito na quarta feira; nove na quinta feira; 16 na sexta feira; 25 no sábado; e 13 no domingo. Os questionários foram aplicados em janeiro de 2016, entre os dias 11 e 17 no Museu Casa Guimarães Rosa e entre os dias 19 e 25 na Gruta do Maquiné.

Durante o processo de aplicação dos questionários, os entrevistados eram abordados no hall de entrada do Museu Casa Guimarães Rosa e da Gruta do Maquiné, sendo a eles apresentado o objetivo desta pesquisa acadêmica. Após a



explicação foi solicitado a eles que ao término da visitação respondessem ao questionário. Alguns visitantes aceitaram participar da pesquisa, mas muitos se recusaram a preencher o questionário.

### **3.8 Processamento e análise de dados primários**

Após a conclusão da coleta, os dados foram tabulados e analisados através o software Statistical Packet for Social Sciences (SPSS), versão 20, cumprindo a sétima e última etapa da metodologia. Neste trabalho as repostas comuns aos grupos de entrevistados foram agrupadas para uma melhor análise, sendo, posteriormente, apresentadas em gráficos e tabelas. Ressalte-se que os dados obtidos com apenas uma única resposta também foram agrupados e posteriormente apresentados no texto.

Os elementos gráficos gerados ao longo desta etapa auxiliarão na compreensão do interesse, expectativa dos moradores e empresários em relação à atividade turística na cidade. A análise da identificação do perfil socioeconômico do turista, bem como a sua opinião relacionada à infraestrutura e expectativas serão importantes para compreender a situação do desenvolvimento do turismo na cidade.

## **4 CORDISBURGO**

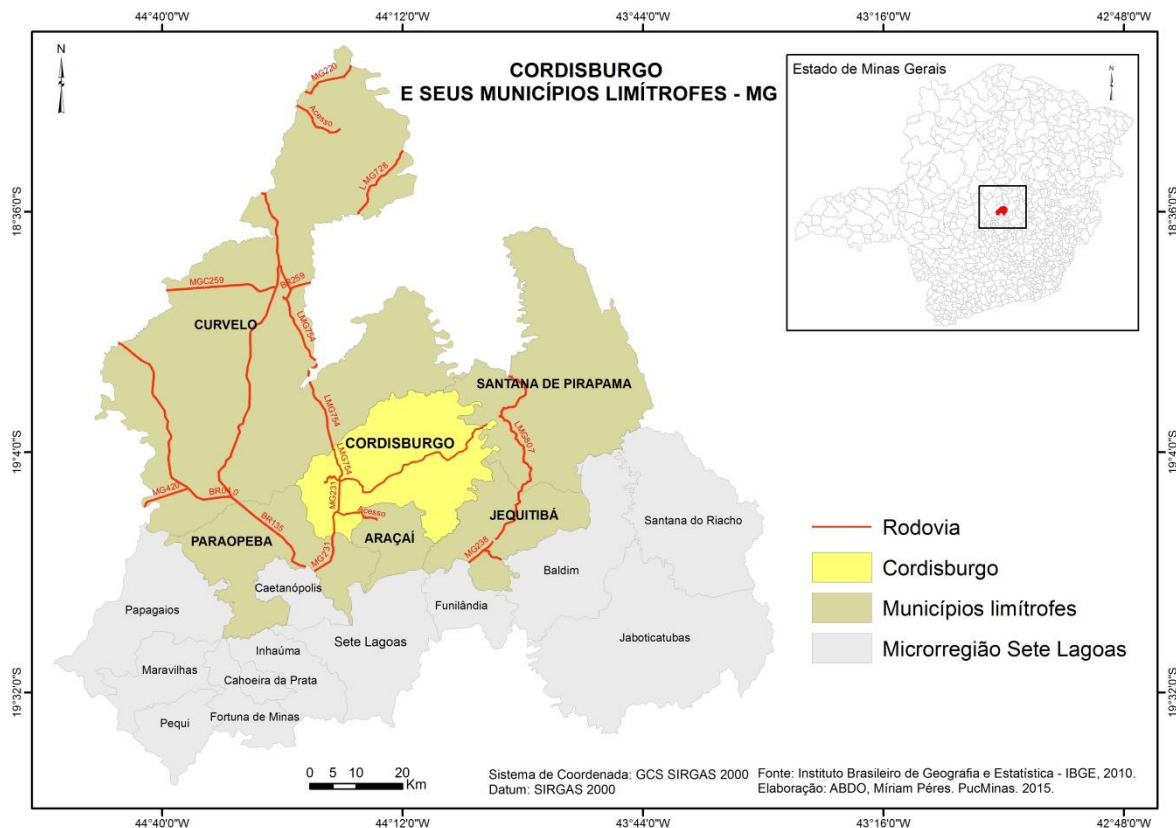
Este capítulo apresenta a caracterização da área com a localização geográfica, os seus aspectos físicos, biológicos, seguidos da história e a evolução do município de Cordisburgo, bem como os aspectos demográficos e socioeconômicos, finalizando, com um levantamento do produto turístico (atrativos turísticos, equipamentos e infraestrutura).

### **4.1 Caracterização da área**

#### *4.1.2 Posição geográfica*

O município de Cordisburgo localiza-se a 19° 7 '31" S e 44° 19' 21" W, a cerca de 121 km a noroeste da capital mineira, com uma área de 823, 654 km<sup>2</sup>, e uma população de 8.677 habitantes, com uma densidade demográfica de 10,51 h/km<sup>2</sup>, segundo dados do IBGE (2010) Encontra-se ligado a Belo Horizonte pelas rodovias BR-040 e MG-23, (Mapa 1).

### Mapa 1 - Localização do Município de Cordisburgo e os Municípios Limítrofes- MG, 2010.



Fonte: Elaborado pela autora (2015), com dados extraídos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010).

Tem como municípios limítrofes a noroeste Curvelo (não pertence à microrregião de Sete Lagoas), a nordeste Santana de Pirapama, a sudeste Jequitibá, ao sul Araçaí e sudoeste Paraopeba e localiza-se a 47 km da cidade média de Sete Lagoas. (Tabela 2)

**Tabela 2 - Municípios e população do entorno da área de estudo**

Município	Localização com relação à Cordisburgo	População
Araçaí	ao sul	2.344
Curvelo	a noroeste	78.373
Jequitibá	a sudeste	5.310
Paraopeba	a sudoeste	23.940
Santana de Pirapama	a nordeste	8.068

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010).

O município de Cordisburgo encontra-se na região central do Estado de Minas Gerais, na mesorregião Metropolitana de Belo Horizonte e na microrregião de

Sete Lagoas. A vegetação característica é o bioma do Cerrado, que cobre uma importante área cárstica, Esta apresenta uma grande diversidade de paisagens e feições físicas, despertando o interesse de turistas e pesquisadores de diferentes partes do Mundo, do Brasil e também do nosso Estado de Minas Gérias.

## **4.2 Caracterização dos aspectos físicos e biológico de Cordisburgo**

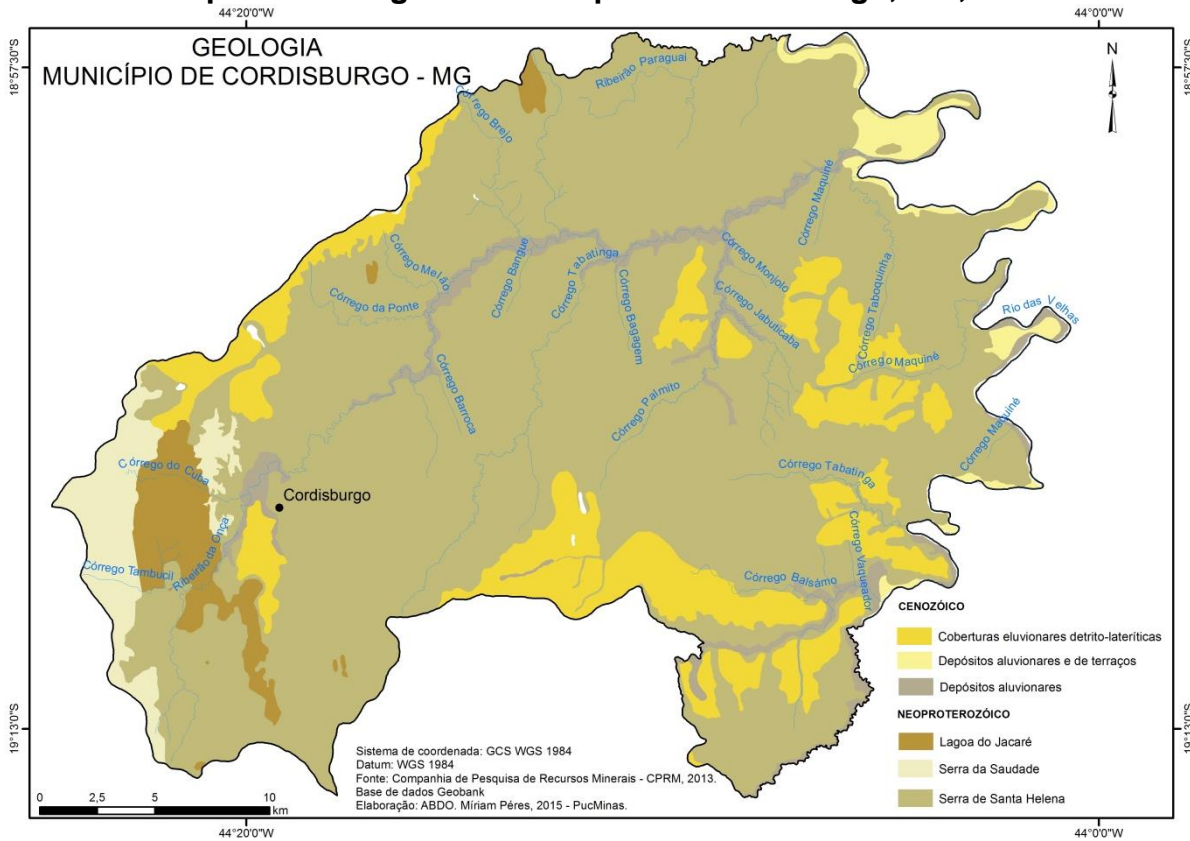
### *4.2.1 Geologia*

O território brasileiro está situado na Plataforma Sul-Americana em uma área que permaneceu estável, durante o fanerozóico, tendo o limite desta plataforma geralmente encoberto por depósitos modernos, onde se formaram as bacias subandinas de antepaís durante o Neocenozóico, que se estende desde a Venezuela até o sul da Argentina. Apresentam quatro províncias estruturais – São Francisco, Borborema, Tocantins e Mantiqueira, as rochas mais antigas do Brasil e da América do Sul estão nas províncias São Francisco e Borborema de acordo com CPRM (2003).

O território brasileiro para Jurandy Ross (2011) é formado por estruturas geológicas antigas, com idades geológicas que vão do Pré-cambriano ao Quaternário (Cenozóico). O Estado de Minas Gerais apresenta uma sequência geológica, em contextos tectônicos e metamórficos dos mais variados, sendo que a área de estudo: Cráton do São Francisco.

O cráton do São Francisco do Ciclo Brasileiro, definido por Almeida (1977), como sendo uma unidade geotectônica que ocupa parte do território mineiro. A área estudada está situada no cráton do São Francisco, na unidade litoestratigráfica do grupo Bambuí de idade neoproterozóica, nas formações Serra da Saudade, Lagoa do Jacaré e Serra de Santa Helena, de acordo com a carta geológica de Sete Lagoas e Curvelo, esc. 1:100. 000 (CPRM, 2009). (Mapa 02).

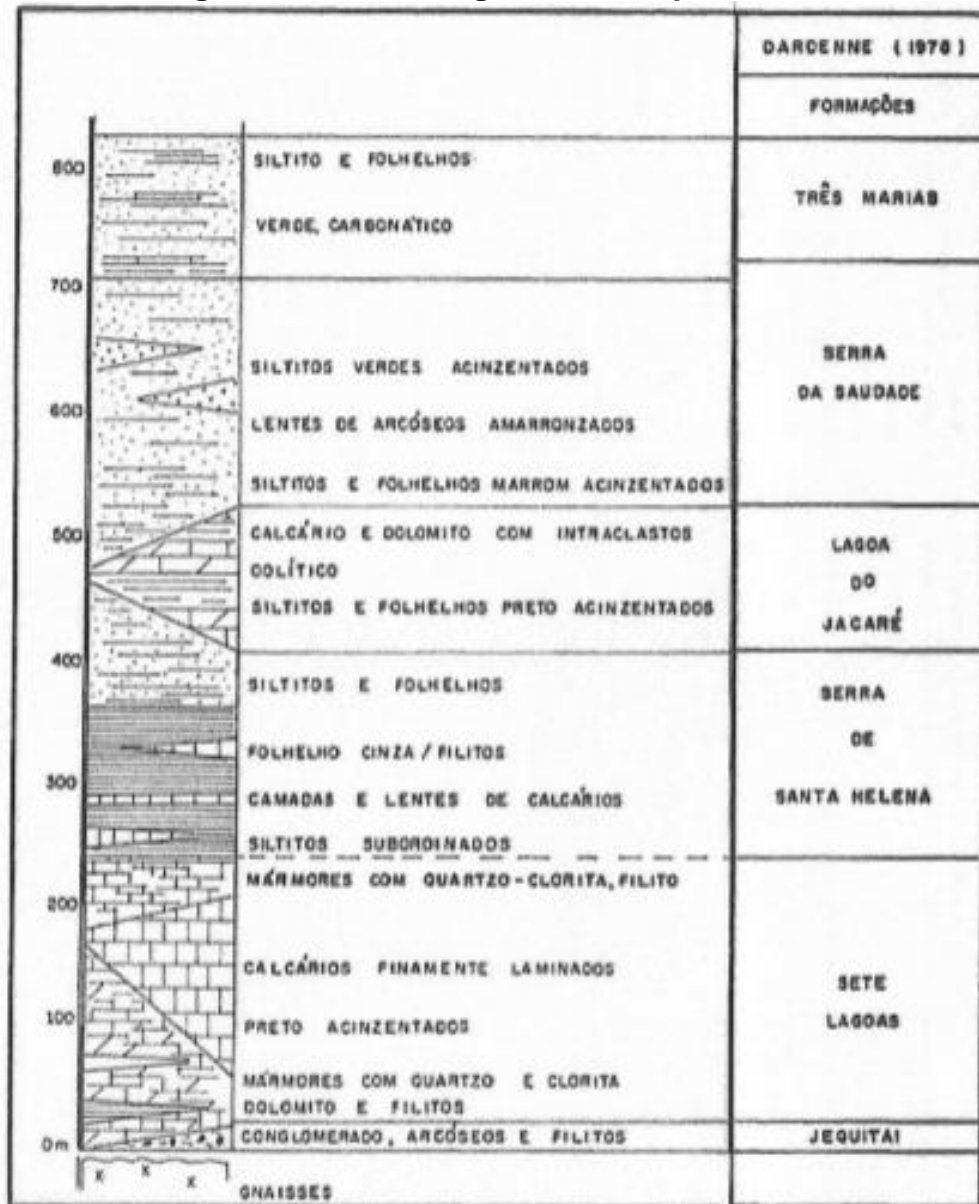
**Mapa 2 - Geologia do Município de Cordisburgo, MG, 2013.**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos da Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais – CPRM (2013).**

O Grupo Bambuí, (CPRM, 2010), foi definido por Costa e Branco (1961), e posteriormente, por Dardenne (1978); é constituído por seis formações: Jequitai; Sete Lagoas; Serra de Santa Helena; Lagoa do Jacaré; Serra da Saudade e Três Marias (Figura 2).

Figura 2 - Litoestratigrafia do Grupo Bambuí



Fonte: Dardenne (1978)

A Formação Serra da Saudade apresenta: siltitos e argilitos (cinza esverdeados, róseos e amarelados, micáceos). Laminação plano-paralela, *wavy*, *linsen*, estratificação cruzada acanalada e tabular e marcas de ondas.

A Formação Lagoa do Jacaré, constituído por calcarenitos oolíticos e de intraclastos, intercalados por calcissiltitos (cinza claros a cinza escuros); marga e siltitos. Laminação plano-paralela, "*wavy*", "*linsen*", estratificação cruzada acanalada e tabular, estratificação ondulada cruzada truncada por ondas, marcas de ondas, estruturas de carga e níveis de "chert" preto.

A formação de Serra de Santa Helena apresenta uma importante estratigrafia do Grupo Bambuí, pois é composta por folhelhos e siltitos acinzentados, separando os níveis carbonáticos das formações Sete Lagoas e Lagoa do Jacaré. CPRM (2010), sendo constituído por: siltitos e argilitos (cinza a cinza esverdeados, róseos e amarelados), laminação plano-paralela, estratificação cruzada tabular e marcas de ondas.

#### 4.2.2. Geomorfologia

Ross (2011) classifica o relevo brasileiro em três unidades geomorfológicas: os planaltos, as depressões e as planícies. Minas Gerais está localizada na unidade geomorfológica de planaltos e da depressão sertaneja e do São Francisco onde está localizada a área de estudo, que compreende:

Uma extensa área rebaixada e predominantemente aplanada, constituindo superfície de erosão que secciona uma grande diversidade de litologias e arranjos estruturais. Esta superfície apresenta inúmeros trechos com ocorrência de relevos residuais constituindo inselbergs, quase sempre associados às litologias do cristalino. (ROSS, 2011, p. 63)

A evolução geomorfológica do território mineiro segundo CETEC (1983, p.29), foi marcada predominantemente por processos de aplainamento (clima com regime torrencial de chuvas) e de dissecação fluvial. O relevo de Minas Gerais é caracterizado por planaltos, depressões e áreas dissecadas, resultado de processos morfoclimáticos.

Conforme a carta do Projeto Radar – Minas (1977), escala de 1:500.000 a área de estudo foi classificada em duas unidades geomorfológicas: Planaltos Residuais do São Francisco e Superfície Aplanada.

A primeira unidade, o Planalto Residual localizado em faixa na porção sudoeste e noroeste do município, com superfícies de aplainamento. O relevo está sobre extensas áreas de bacias sedimentares, constituídos por arenito, ardósia, metassiltito e calcário, além de trechos com maciços antigos (quartzito).

A segunda unidade, a Superfície Aplanada, tem a evolução relacionada com os processos de denudação periférica que foi realizada pela drenagem do rio São Francisco e sua rede hidrográfica (ardósia, metassiltitos e com predominância do

calcário), apresentando em suas formas de relevo colinas de topo aplainadas e com vertentes ravinadas, superfícies aplainadas e tabulares e vales encaixados.

A região cárstica, ocorre em domínio de planalto, denominado por Kohler (1989) de Planalto de Cordisburgo. Os maciços calcários alongados, as dolinas, as lagoas cársticas e os poljes constituem a morfologia dominante, com altitudes entre as cotas de 700 a 1.055 metros.

A geomorfologia cárstica descrita pelo Kohler (2011) relata que 10% do globo terrestre tem formação cárstica, sendo formado em sua grande maioria por:

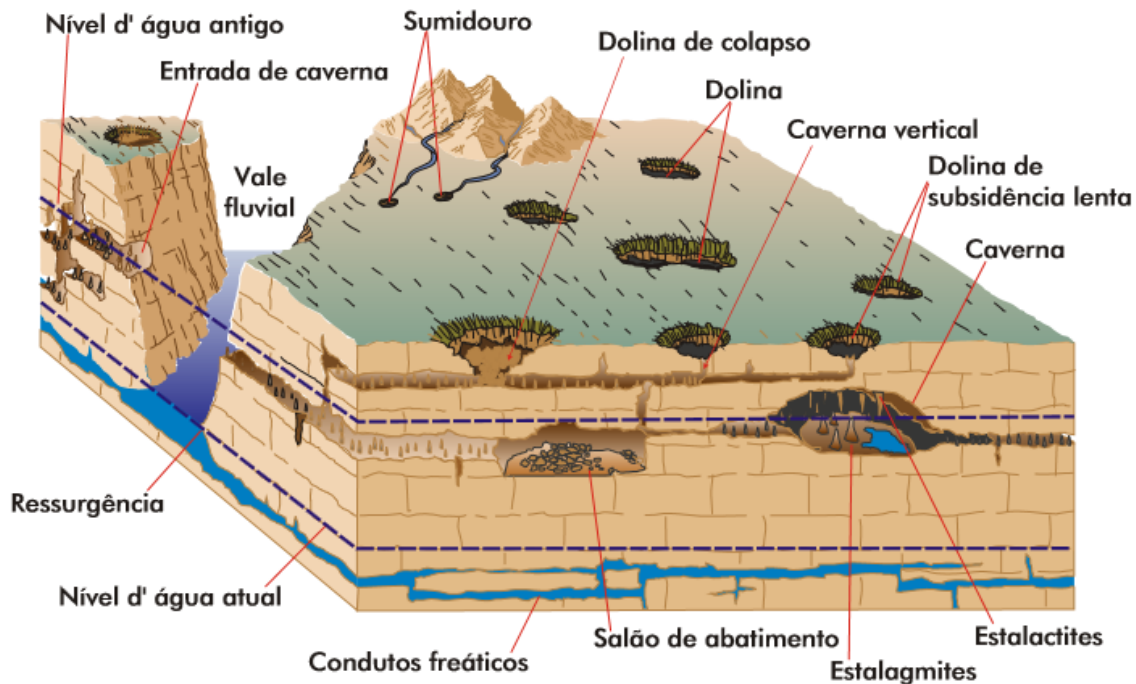
rochas solúveis pela água, tais como as carbonáticas e os evaporitos, e, mesmo, rochas menos solúveis em água como os quartzitos, granitos, basaltos, entre outras”, (KOHLENER, 2011, p. 309).

Esta composição produziu paredões, cavernas subterrâneas e lagoas com águas cristalinas que se tornaram locais de atrativos tanto para homens, quanto para animais. O estudo do carste começou no início do século. A palavra Carste que provem do alemão é *karst*, e tem origem dada pelos Eslavos como *Kras*, devido aos planaltos carbonáticos situado no noroeste da península Balcânica. Conforme Kohler (2011), “o termo carste deriva do pré-indo-europeu *Kras*, pedra dura, que em céltico significa deserto de pedra” (FENELON, 1972; SWEETIG, 1972 e 1981 apud KOHLER, 2011, p. 310).

E para melhor compreensão da geomorfologia cárstica é importante estudar e entender os processos da gênese do exocarste e da gênese endocarste. A gênese exocarste apresenta as feições como poliés, uvalas e dolinas, características da região cárstica e a gênese do endocarste apresenta as feições de colunas, véus, assoalhos, nichos, estalactite, estalagmites, sendo características de uma caverna subterrânea. (Figura 3)



**Figura 3 - Sistemas cársticos.**



Fonte: TEIXEIRA, Wilson et al, 2000, p.130.

O carste forma-se através do processo de carstificação ou dissolução química, sendo a combinação da água da chuva ou de rios superficiais com o dióxido de carbono ( $\text{CO}_2$ ) proveniente da atmosfera, e a calcita é composta basicamente de carbonato de cálcio, é uma solução de bicarbonato de cálcio:  $\text{CaCO}_3 + \text{H}_2\text{CO}_3 \rightarrow \text{Ca}(\text{HCO}_3)_2$ .

Para que a carstificação ou a dissolução das rochas ocorra, é necessário à presença de rochas solúveis, que possibilita a água dissolvê-las, e as principais rochas carstificáveis são as carbonáticas, constituídas principalmente de calcita ( $\text{CaCO}_3$ ) ou dolomita ( $\text{CaMg}(\text{CO}_3)_2$ )

Segundo Travassos (2007) sobre o município de Cordisburgo:

Na região de estudo, tudo indica que o fluxo endocárstico é comandado pela Bacia do Ribeirão da Onça, tendo como seu nível de base o Rio das Velhas. Ao norte da região estudada, o fluxo endocárstico também parece estar associado à drenagem do Rio das Velhas, ainda que em cotas mais baixas, nas quais predominam as formas de um carste mais evoluído (planícies e lagoas). (TRAVASSOS, 2007, p. 62)

Os topos do domínio de planalto foram considerados como testemunho da superfície de aplainamento sul-americana, base da formação do carste IGA (1983) e Kohler (1989).

Os trabalhos do IGA (1983) e Kohler (1989) baseados na forma do relevo, altitude e declividade, figura 03, apresentam uma classificação em três compartimentos: (Quadro 1).

**Quadro 1 - Características das unidades geomorfológicas segundo IGA (1983) e Kohler (1989).**

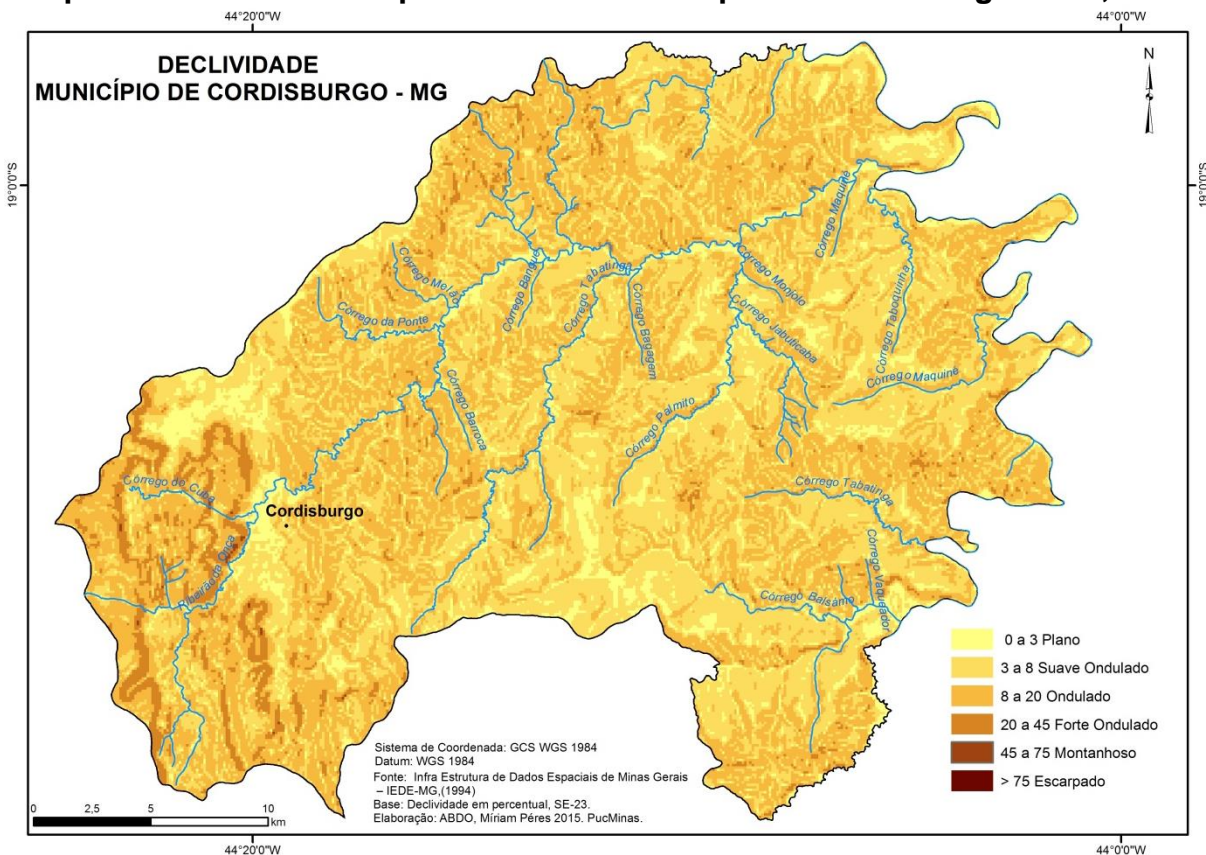
Unidades	FORMAS	ALTITUDE	ÍNDICES DE DECLIVIDADE	LOCALIZAÇÃO E OCORRÊNCIA
<b>Maçicos e serras</b>	Em afloramentos calcários, escarpas abruptas.	As mais elevadas alcançando 1.055 m na Serra do Palmital	12 A 45%	Porção Oeste Serras do Barreirão, do Onça, do Palmital, do Funil e do Maquiné.
<b>Chapadas</b>	Chapadas tabuliformes com vertentes erodidas pela ação da densa drenagem fluvial, topos largos e pouco convexos.	Médias altimétricas menores do que as da região oeste. A menor cota a 580m	0 a 12%	Porção Leste, com limite na várzea do Rio das Velhas.
<b>Coberturas Terciárias</b>	Bacias sedimentares, superfícies de aplainamento constituídas por arenitos, metassiltitos, ardósias e calcário.	Cotas altimétricas decrescem em direção ao norte. A maior alcança 850m na região noroeste.	0 a 12%	Porção sudoeste e norte, chegando até Curvelo.

**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos da Caracterização do carste da região de Cordisburgo, Minas Gerais, Travassos, 2007, p.50; 52.**

Os trabalhos realizados por Travassos (2007), no período de obtenção dos dados para sua dissertação, na região de Cordisburgo, permitiram que o autor propusesse uma nova classificação geomorfológica para área, em quatro compartimentos principais: 1) Compartimento Serrano, 2) Planalto Cárstico, 3) Planalto do Onça e 4) Planalto de Araçaí. (Mapa 3)

O compartimento Planalto Cárstico, apresenta cotas altimétricas que variam de 720 a 850 m, caracterizado por formas exocársticas e endocársticas mais significativas, como: cavernas, dolinas, ressurgências, sumidouros, maciços, etc.

**Mapa 3 - Declividade em percentual do Município de Cordisburgo – MG, 1994.**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos da Infra Estrutura de Dados Espaciais de Minas Gerais (1994).**

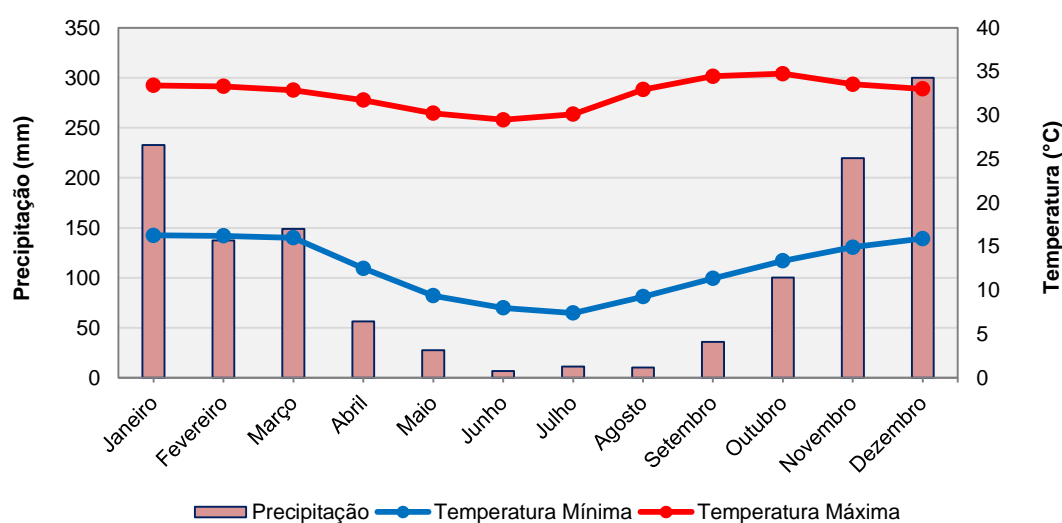
#### 4.2.3. Clima

Segundo Mendonça (2007, p. 16), o Brasil é um país tropical, devido a sua posição geográfica, de estar quase completamente dentro da faixa intertropical do planeta, sendo assim favorecido com alta luminosidade (insolação), elevada temperatura e pluviosidade (clima quente e úmido). Segundo Jurandy Ross (2011), os 8.513.844 km<sup>2</sup> do território brasileiro se estendem de 5°16'19" de latitude norte a 33°45'09" de latitude sul, situando, portanto em grande parte na baixa latitude.

Ainda de acordo com o autor Minas Gerais, está localizado no domínio tropical, consequentemente, no clima tropical, que apresenta diversidade tendo em vista os sistemas atmosféricos, fatores geográficos. O Atlas Solarimétrico de Minas Gerais (2010), de acordo com a classificação de Köppen-Geiger, realizada por Sá Júnior (2009), identifica a região de Cordisburgo como no domínio **Cwa** (clima temperado úmido com inverno seco e verão quente).

Os dados históricos da estação convencional de Sete Lagoas no período de 1970 a 2014 foram obtidos no INMET (2015) onde a média anual dos dados trabalhados demonstrou que o clima local tem duas estações bem definidas, chuvosa e seca: a fria e seca de abril a setembro e a chuvosa de outubro a março, durante o período chuvoso os aquíferos são recarregados. Conforme demonstra os dados do gráfico 01.

**Gráfico 1 - Valores de Precipitação, Temperatura Máxima e Temperatura Mínima (1970-2014).**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Instituto Nacional de Meteorologia (2015).**

De acordo com o Plano Municipal de Saneamento Básico (2015, p. 36), desde 1970 Cordisburgo é abastecido pela água do endocarste, por meio de dois poços artesianos da Companhia de Saneamento de Minas Gerais (COPASA).

O período da estação chuvosa (precipitação) ocorre nos meses de outubro a março e o período mais seco ocorre nos meses de abril a setembro. A variação da média de precipitação no período mais chuvoso é entre 100 mm a 300 mm e o período mais seco variou entre 6 mm a 56mm, o período mais seco é de junho a agosto.

A temperatura máxima ocorre nos meses de agosto a abril com uma elevação na temperatura nos meses de agosto a novembro, e a partir de dezembro ocorre uma pequena diminuição até abril. A partir do mês de abril ha uma leve queda na temperatura, a média da temperatura máxima no período mais quente variou entre

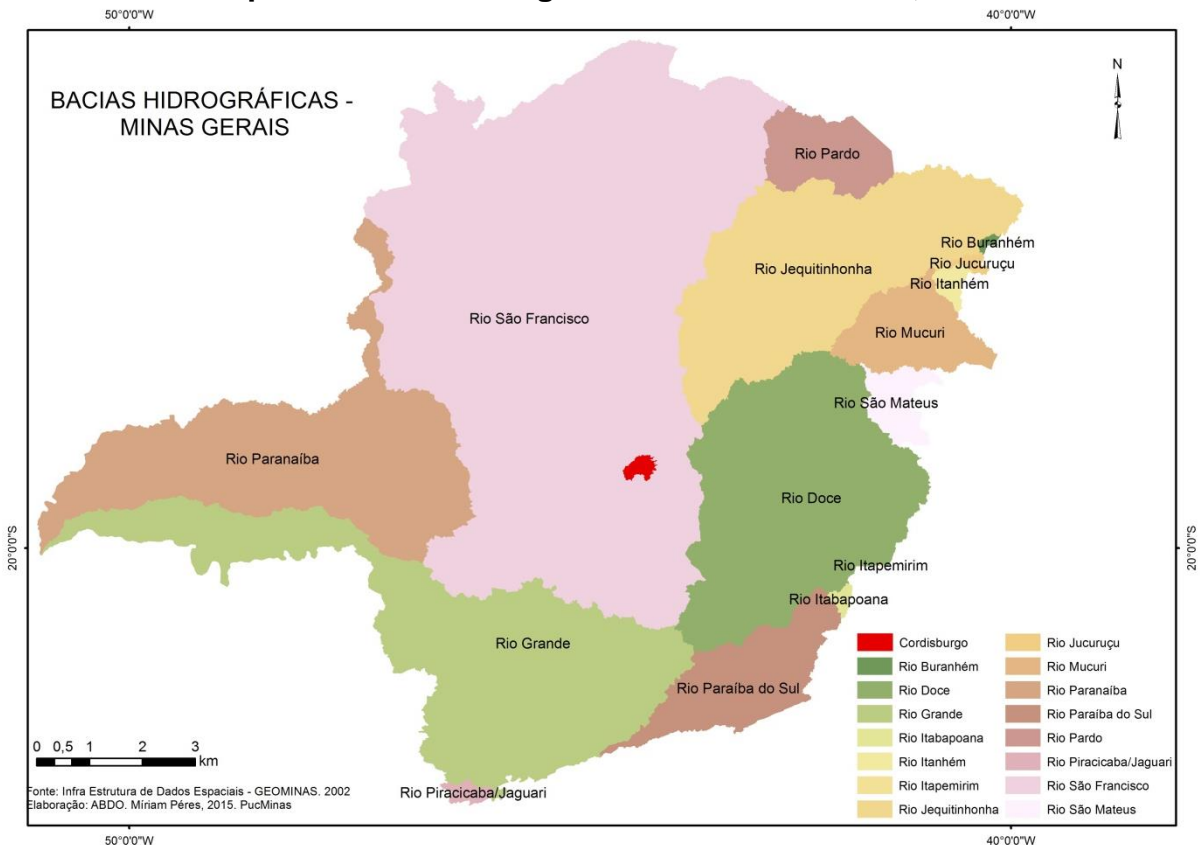
32°C a 34°C, e a variação média de dezembro a abril alternou entre 31°C e 33°C e nos meses de maio a julho houve uma pequena queda, variando entre 29°C e 30°C, os meses de setembro a novembro são os mais quentes.

A temperatura mínima ocorre mais acentuada nos meses entre maio a agosto e nos meses de setembro a março teve um aumento gradativo na temperatura mínima, a média da temperatura mínima nos meses de maio a agosto variou entre 29°C a 32°C e nos meses onde a elevação da temperatura mínima ocorreu entre setembro a março variando entre 31°C a 34°C.

#### 4.2.4. Hidrografia

Minas Gerais é um Estado rico em nascentes de água e as suas principais bacias hidrográficas são: Bacias do Rio Doce, Bacia Rio Grande, Bacia do Rio Jequitinhonha, Bacia do Rio Mucuri, Bacia do Rio Paraíba do Sul, Bacia do Rio Parnaíba, Bacia do Rio Pardo e a Bacia do Rio São Francisco. (Mapa 4)

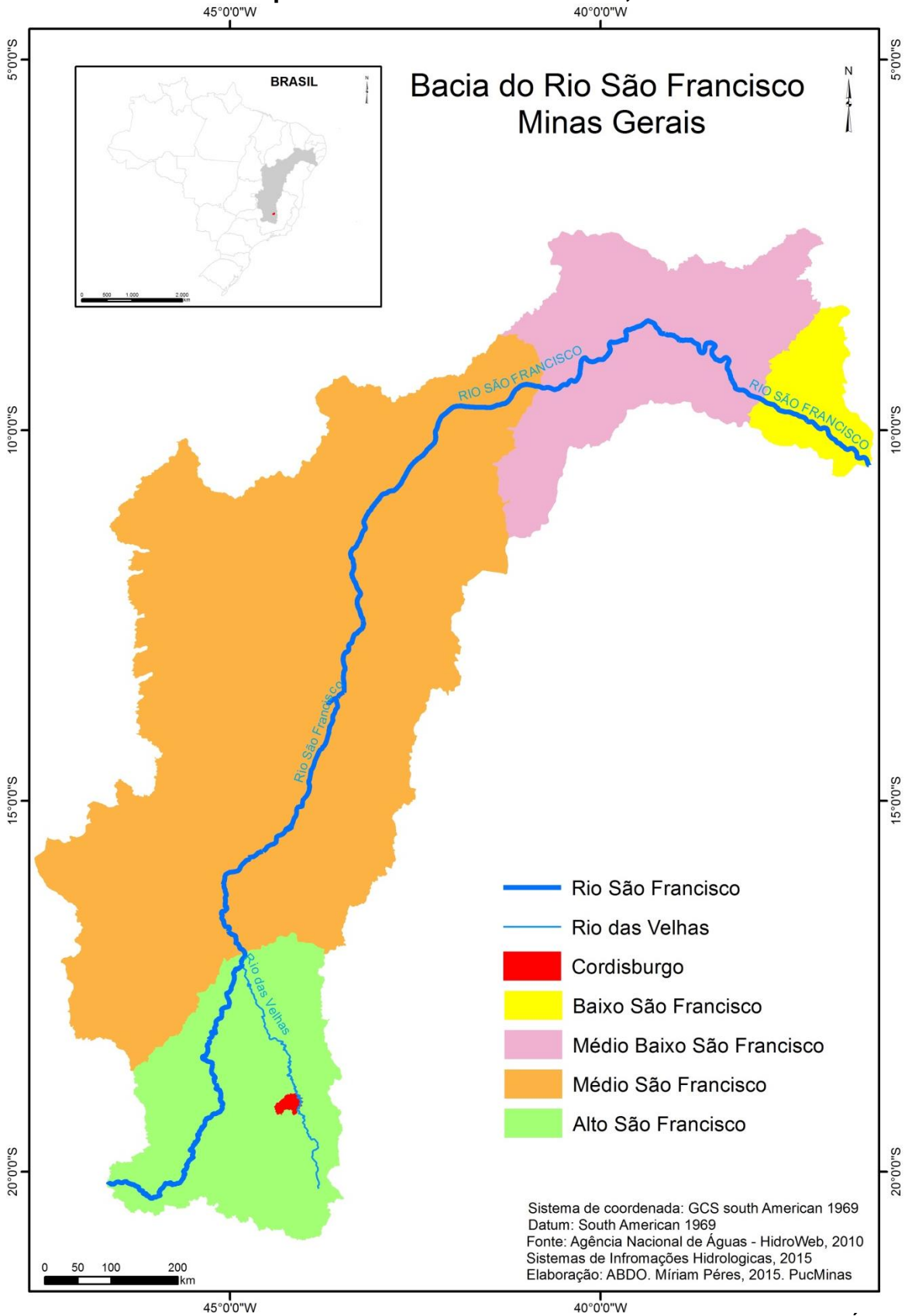
**Mapa 4 - Bacias Hidrográficas de Minas Gerais, 2002.**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos da Infra Estrutura de Dados Espaciais – GEOMNAS (2002).**

O município de Cordisburgo está localizado na área central de Minas Gerais, inserido na Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, que apresenta quatro divisões regionais: Alto (111.804 km<sup>2</sup>), Médio (339.763 km<sup>2</sup>), Submédio (155.637 km<sup>2</sup>), Baixo (32.013 km<sup>2</sup>). A área estudada está inserida na bacia hidrográfica do Rio das Velhas, mais especificadamente no médio Rio das Velhas. Pertence a Unidade Territorial Estratégica (UTE) 15, Ribeirões Tabocas e Onça. O mapa temático do município pode ser observado abaixo, localizando o Alto Rio São Francisco e o seu afluente Bacia do Rio das Velhas. (Mapa 5)

Mapa 5 - Bacia do São Francisco, 2010.



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos da Agência Nacional das Águas (2010).



De acordo com CPRM (2010), esta bacia é proterozóica e os seus limites são: a oeste – Faixa de Dobramentos Brasília; a leste – Faixa de Dobramentos Araçuaí; ao norte – Arco do São Francisco; ao sul – Arco do Alto Parnaíba. Parte da porção norte da bacia está situado no Estado da Bahia, formada, principalmente, por rochas metassedimentares mesoproterozóicas e neoproterozóicas.

A Bacia do Rio São Francisco é importante não só para Minas Gerais como para o Brasil. De acordo com o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco (2015) o rio tem 2.700 km de extensão, nasce na Serra da Canastra em Minas Gerais.

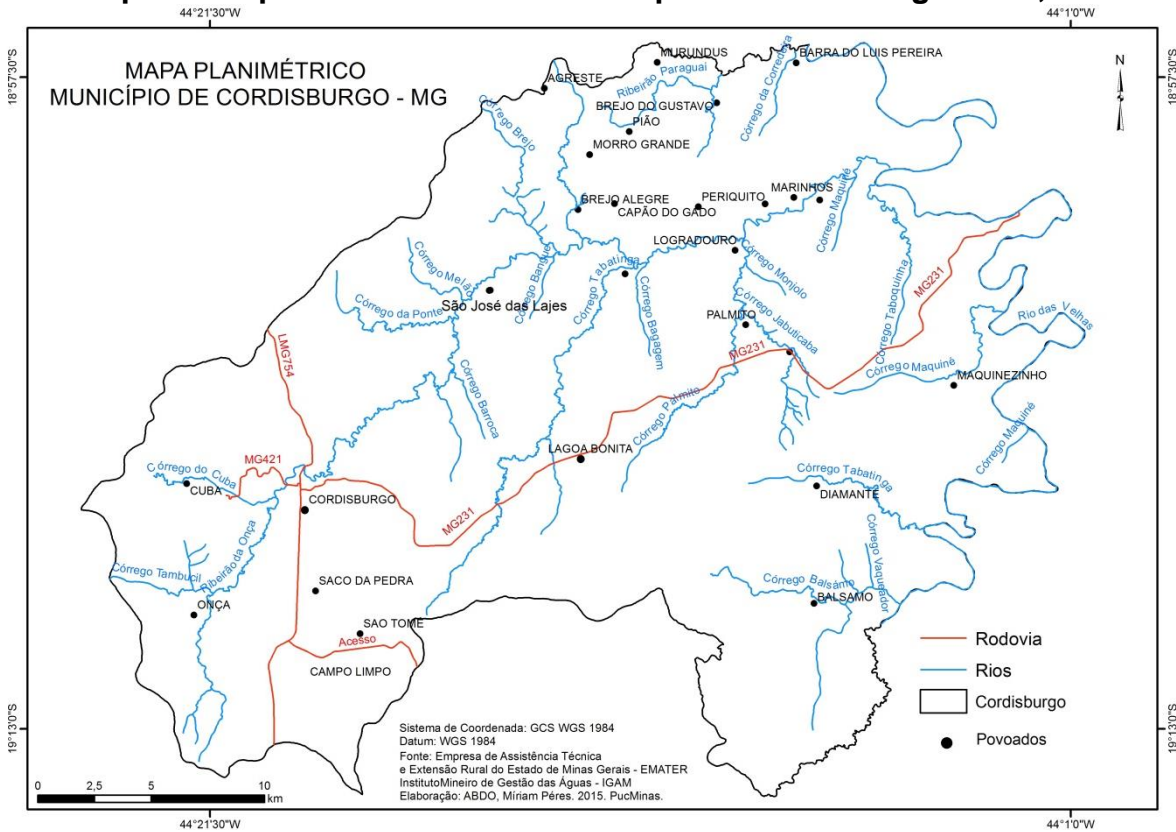
A Bacia do Rio das Velhas conforme o histórico que consta do Plano Diretor de Recursos Hídricos (2005) tem este nome, provavelmente atribuído pelo Governador Antônio de Albuquerque Coelho de Carvalho, no ano de 1.711. O nome primitivo do Rio das Velhas tem origem na denominação indígena de UAIMII, sendo alterada para GUAICHUI, significando "Rio das Velhas Tribos Descendentes".

A bacia do rio das Velhas cobre uma área de 29.173 km<sup>2</sup>, onde estão localizados 51 municípios. Nasce na região de Ouro Preto e deságua na Barra do Guaicuí, no Município de Várzea da Palma. A bacia do rio das Velhas pode ser dividida em três cursos: Alto, Médio e Baixo.

A área estudada encontra-se localizada no curso Médio do rio das Velhas, que em sua margem esquerda recebe como afluente o Ribeirão do Onça. Dados do IGAM (2010) apontam a contaminação por tóxicos da água desta área da bacia do Rio das Velhas com grau médio, e o índice médio para a qualidade da água. (Mapa 6).



Mapa 6 - Mapa Planimétrico do Município de Cordisburgo – MG, 2010.



Fonte: Elaborado pela autora. (2015) com dados extraídos do Instituto Mineiro de Gestão das Águas e Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais.

Ainda conforme o Plano Diretor de Recursos Hídricos da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas: resumo executivo (2005, p. 34) o córrego do Cuba localizado na região, desaparece na Gruta do Maquiné para ressurgir na lapa dos Poções, perto de Matozinhos e que se dirige para o rio das Velhas.

A ocupação e a atividade humana produzem modificações na paisagem, acarretando um rápido aumento da erosão do solo, poluição do ar e exploração da água subterrânea. O uso exciso da água subterrânea acarreta a contaminação e o rebaixamento potenciométrico causando danos ambientais e humanos. A recarga do aquífero depende da quantidade, duração, intensidade e da infiltração da água da chuva, para manter recarga da água subterrânea. (TRAVASSOS, 2007)

#### 4.2.5. Vegetação

O Ministério do Meio Ambiente (MMA), em seu Relatório final (2007), realizou um levantamento dos seis biomas, da cobertura vegetal do Brasil, compreendidos em: Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa e Pantanal.

A região de estudo localiza-se no bioma de Cerrado, que de acordo com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2004) o cerrado ocupa 23,92% da área no Brasil.

O termo bioma de Cerrado é caracterizado pelo MMA (2007), como:

complexo vegetacional (grande biosistema subcontinental) que possui relações ecológicas e fisionômicas com outras savanas da América tropical e outros continentes - África, sudeste da Ásia e Austrália. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2007, p.14)

No entendimento de Ab'Sáber (2003, p. 31), “A vegetação dos cerrados, tendo se desenvolvido e se adaptado, em algum momento do Quaternário (ou mesmo dos fins do Terciário)”, sendo esta paisagem de planaltos tropicais.

Para Ab'Sáber (2003, p. 115) “Os cerrados brasileiros pertencem ao bioma savânico”, mas ressalta que os chamados campestres, são savonoides.

O domínio do cerrado apresenta cerrados, campos limpos, florestas-galeria e veredas. Para o autor os domínios do cerrado são caracterizados como:

- Cerrados e cerradões: predominantemente nos interflúvios e vertentes suaves dos diferentes tipos planaltos regionais;
- Campos limpos ou campestres: sublinham áreas de cristas quartzíticas e xistos aplainados e mal pedogenetizado dos bordos de chapadões onde nascem bacias de captação de pequenas torrentes dotadas de forte capacidade de dissecação;
- Florestas-galeria: permanecem amarradas rigidamente ao fundo dos vales de porte médio a grande. As florestas-galerias verdadeiras às vezes ocupam apenas os diques marginais do centro das planícies de inundação, em forma de corredor contínuo de matas; outras vezes, quando no fundo aluvial é mais homogêneo e alongado, ocupam toda a calha aluvial, sob a forma de serpentes corredores florestais;
- Veredas: se comportam como corredores de formações herbáceas rasas, no fundo lateral das planícies de inundação onde existem réstias subatuais de areias mal pedogenetizadas (regossolos planos). (AB'SÁBER, 2003, p.116)

Para Ab'Sáber (2003, p. 182), “as espécies típicas do cerrado só se desenvolvem em solos ácidos e extremamente pobres em bases trocáveis, principalmente em cálcio”. E as variações das diferentes condições geológicas, geomorfológicas e climáticas acarretam, também, variações dos solos do cerrado modificando a textura, estrutura, perfil e profundidade.

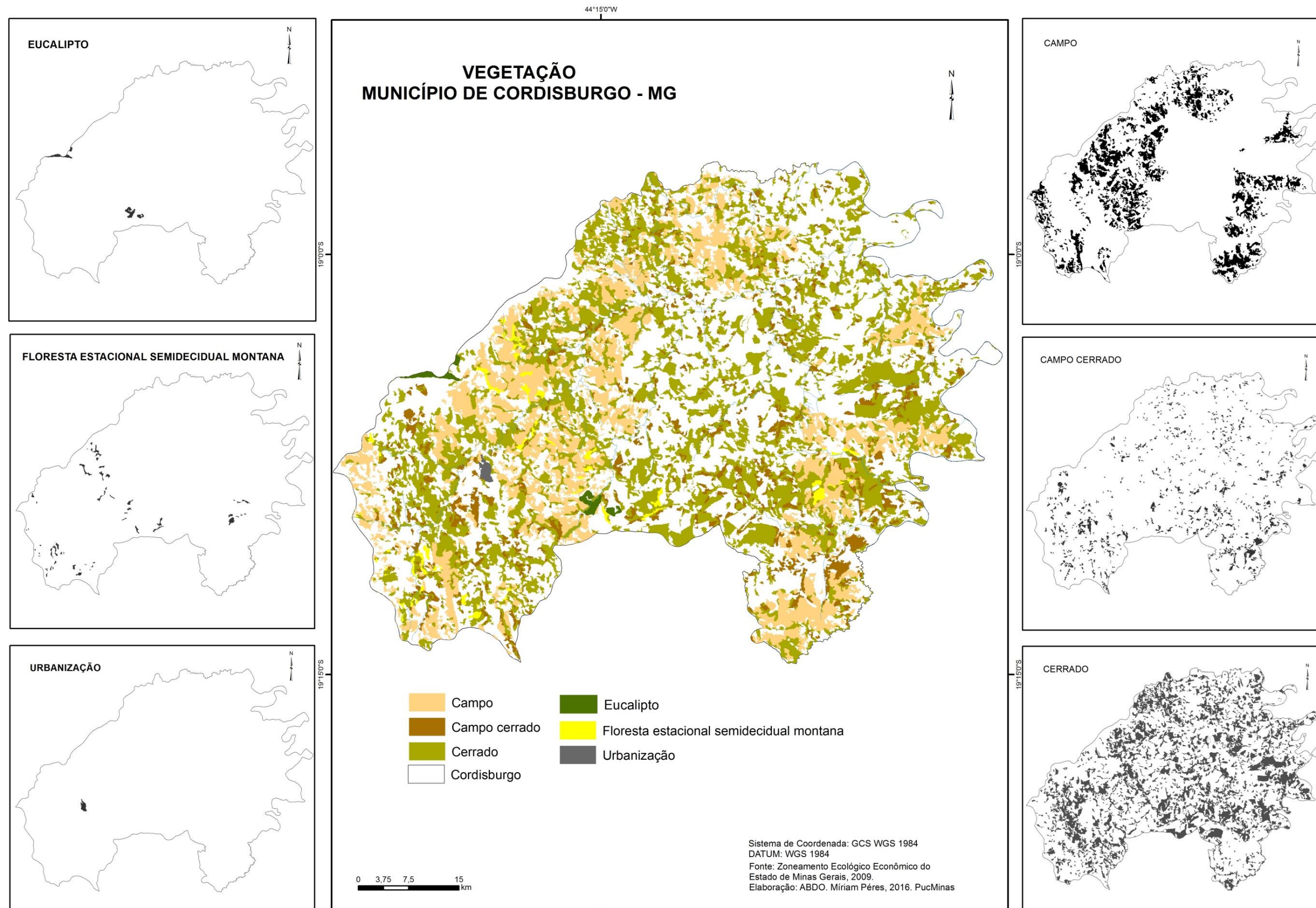
O Atlas Digital de Águas de Minas Gerais (2006) apresenta uma distribuição da cobertura vegetal, do Estado de Minas Gerais – MG, classificada em três biomas

sendo Cerrado, Mata Atlântica e a Caatinga, o cerrado com uma ocorrência de 57% do Estado.

A área estudada apresenta em sua composição vegetacional, com base Zoneamento Ecológico Econômico do Estado de Minas Gerais (ZEE) de 2009 os seguintes biomas: campo, campo cerrado, cerrado, floresta estacional semidecidual montana, como também registra a ação antrópica como plantio de eucalipto e a urbanização.

Mas, devido o processo acelerado de uso e ocupação do solo, para atender as atividades econômicas e o crescimento urbano, o município esta perdendo a vegetação característica do cerrado. De acordo com o CBH Rio das Velhas (2015, p. 37) entre 2009 e 2011 foram desmatados 166,21 hectares no município, o que representa um índice alto. O Mapa 7 a seguir apresenta as áreas de ocupação humana no município de Cordisburgo.

Mapa 7 - Mapa de vegetação do Município de Cordisburgo – MG (2009).



Fonte: Zoneamento Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Ecológico Econômico do Estado de Minas Gerais (2009).



Kohler (1989) ressalta que a ação antrópica, contribui para extinção da vegetação do cerrado.

As matas eram encontradas, antes da depredação pelo homem, ao longo dos córregos e rios (matas galeria) e, sobretudo, na região cárstica. Os campos cerrados cobriam as superfícies aplainadas e os solos menos férteis que cobriam os filitos. Ao longo das várzeas desenvolvia-se a vegetação dos brejos e, nos lagos, instalavam-se plantas aquáticas. Hoje restam os cerrados e as matas semidessiduais sobre os afloramentos de calcário não explorados ou cultivados e, mesmo esses, mostram-se espoliados de suas espécies nobres. (KÖHLER, 1989, p. 21).

### 4.3 Cordisburgo origem e evolução

Para melhor compreender a atual condição do município de Cordisburgo, é importante conhecer o processo de ocupação de Minas Gerais e o papel que o município cumpriu ao longo dessa construção histórica.

Segundo Pires (2002), a província de Minas Gerais era conhecida como antigo Sertão dos Cataguases. Sua ocupação inicial deu-se através da extração do ouro, atividade que comandou o processo de povoamento, fixando o elemento humano em pequenas comunidades.

O início do século XVIII foi marcado por um intenso fluxo de mineradores, gerando surtos de fome, pela falta de mercadorias que, naquela época, eram importadas. Com o fortalecimento da agropecuária em Minas Gerais, o estado passa a ser, no início do século XIX, um exportador de alimentos e produtos manufaturados, sendo o principal abastecedor do Rio de Janeiro. (ROMEIRO; BOTELLO, 2003).

Segundo Avelar Neto (2010) e Netto (2014), com a diminuição da produção do ouro em Minas Gerais, na metade do século XVIII, uma nova realidade econômica regional modifica a organização espacial da população, encontrando-se associada à intensificação da atividade agropecuária.

É mister destacar que, ainda durante a fase de intensa produção de ouro, desenvolvia-se, no entorno das áreas de extração aurífera, inicia-se atividade de agropecuária de subsistência, necessária à manutenção da economia extrativa. No entanto, ao longo do tempo, a atividade agrícola se expande de Minas Gerais, com destaque para a lavoura, a produção de gêneros alimentícios, a cultura do tabaco, bem como atividades mais diversificadas como a produção artesanal de itens de

vestuário, cachaça, doces, licores e queijo. Segundo Netto (2014, p.155), “não há dúvida de que a produção do queijo em Minas Gerais tenha ocorrido, simultaneamente, à ocupação da capitania e da mineração do ouro”.

Surge em Minas Gerais um novo arranjo espacial produtivo, que reorganiza a sociedade e a economia, pela introdução de uma nova atividade: a pecuária de corte e de leite. (NETTO, 2014).

No caso do município de Cordisburgo, sua formação e seu desenvolvimento inicial se devem à atividade da pecuária, que atualmente se mantém como fonte importante de sua economia.

#### *4.3.1 História de Cordisburgo*

O Município de Cordisburgo, conforme IBGE (2015) correspondia à antiga região conhecida como Sesmarias Empoeiras (Arraial do Saco dos Cochos), pertencente ao Vínculo da Jaguará, cujo povoamento teve início com os bandeirantes dos sertões da região calcária das Sete Lagoas acrescido de pequenos fazendeiros que se apossaram das terras. Mas foi em 1833, com a chegada do Padre João de Santo Antônio àquela região que ocorre o primórdio de Cordisburgo. Segundo Costa (1995, p.21) “Cordisburgo existia no coração de seu fundador e benfeitor número um”.

O Padre João de Santo Antônio nasceu em 20 de abril de 1824, na antiga comarca de Sabará, atual Caeté/MG, faleceu em 15 de setembro de 1913, sendo enterrado no município de Santa Luzia do Rio das Velhas (Santa Luzia), no altar mor da Capela de Macaúbas município de Santa Luzia. Estudou Letras, e em 1853 foi estudar Teologia em um seminário em Mariana, recebendo a ordenação em março de 1856. Anos depois, tornou-se missionário, mas continuou a residir no colégio Macaúbas. Educou seu afilhado João Pinheiro da Silva, que anos mais tarde tornou-se governador de Minas Gerais, em 1906.

Deixa o Colégio de Macaúbas, para cumprir o seu dever religioso, e nesta função missionária encontra um local belíssimo, com montanhas, enormes campinas verdejantes, clima agradável e a pureza das águas de seus ribeirões. O que o motivou a permanecer no local, além da magnífica paisagem, foi a honestidade dos homens que lá habitavam. Com a sua permanência e seu trabalho, esta área passou

a denominar - se “Vista Alegre”, conforme citado por Guimarães Rosa em sua obra Recado do Morro (1956).

Ele sabia – para isso qualquer um tinha chance – que Cordisburgo era o lugar mais formoso, devido ao ar e ao céu, e pelo arranjo que Deus caprichara em seus morros e suas vargens; por isso mesmo, lá, se chamara Vista Alegre.

...O céu não tinha fim, e as serras se estiraram, sob o esbaldado azul e enormes nuvens oceanosas”. (GUIMARÃES ROSA,1956)

Padre João necessitava de um local para a implantação da Igreja. Na época, existia uma área que estava em litígio e com a ajuda e doação da Dona Policena Mascarenhas e seu filho Bernardo Mascarenhas, o Padre João conseguiu adquirir a gleba de 40 alqueires. Esta área representa hoje os perímetros urbanos e suburbanos da cidade de Cordisburgo. Grato pela doação Padre João deu os nomes das famílias Mascarenhas, Teófilo Marques e Dr. Bueno do Prado as primeiras ruas do Município (Costa, 2015). O Padre também foi responsável por nomear o povoado com o topônimo Cordisburgo – Cordis = do coração + Burgo = aldeia, cidade – cidade do coração, foi conferido em homenagem ao Sagrado Coração de Jesus.

Segundo IBGE (2015) e Costa (1995) o processo de transformação administrativa até a emancipação do município durou mais de 50 anos, seguidos de outros 20 anos até a configuração atual. A Paróquia de Santo Antônio da Lagoa edificada na região desde 1880 era a guardiã de toda a documentação oficial. O vilarejo de Coração de Jesus da Vista Alegre foi alçado a distrito do município de Sete Lagoas por Decreto Estadual nº 99, de 9 de junho de 1890, confirmado por Lei Estadual nº 2, de 14 de setembro de 1891.

Dados do Recenseamento Geral de setembro de 1920 mostram que a partir do ano de 1911 o distrito denominado Cordisburgo da Vista Alegre figura no município de Paraopeba, permanecendo aí até o ano de 1933.

Pelo decreto-lei Estadual nº 148, de 17 de dezembro de 1938, foi criado o município de Cordisburgo, que anteriormente era distrito e que foi desmembrado do município de Paraopeba. Da mesma forma, Lagoa e Traíras foram desmembradas do município de Curvelo e passaram a pertencer a Cordisburgo.

No período compreendido entre 1939 e 1943, o município de Cordisburgo, é composto dos distritos de Cordisburgo, Lagoa e Traíras, voltando a pertencer ao Termo e Comarca de Sete Lagoas.

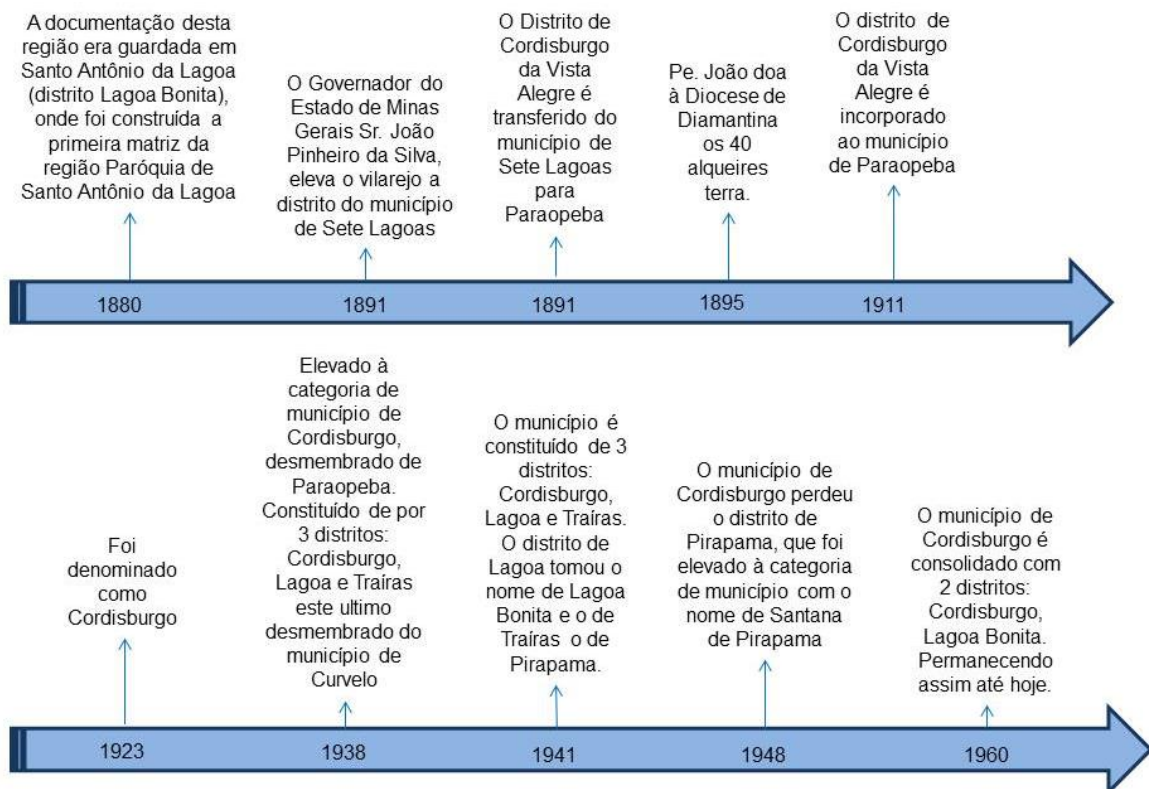
No decreto de 31 de dezembro de 1943, que determinou o quadro territorial para vigorar no quinquênio 1944-1948, o Município de Cordisburgo ficou composto dos distritos de Cordisburgo, Lagoa Bonita (antigo Lagoa) e Pirapama (antigo Traíras) e continua a pertencer ao Têrmo e comarca de Sete Lagoas.

O Município de Cordisburgo perde o Distrito de Pirapama que foi elevado a Município de Santana de Pirapama pela Lei Estadual nº 336, de 27 de dezembro de 1948.

No quinquênio 1954-1958, de acordo com a Divisão Territorial aprovada pela Lei Estadual de nº 1.039, de 12 de dezembro de 1953, o Município figura com apenas dois distritos: Cordisburgo e Lagoa Bonita. A partir de julho de 1960 a divisão territorial do Município permanece com dois distritos: Cordisburgo e Lagoa Bonita.

As várias etapas históricas da evolução administrativa de Cordisburgo podem ser visualizadas na linha do tempo, (figura 4), com dados extraídos do IBGE (2015) e do Inventário de Proteção do Acervo Cultural (IPAC), exercício 2006.

**Figura 4 - Evolução da Formação Administrativa de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Elaborado pela autora (2015).



O Distrito Lagoa Bonita está localizado em uma área com várias fazendas e povoados, encontra-se a 15 km de distância do centro de Cordisburgo. Segundo o Inventário de Proteção do Acervo Cultural, exercício 2006, suas origens estão vinculadas à Fazenda do Melo, localizada no território da Freguesia de Santo Antônio. O antigo povoado foi consolidado em 1864 quando Modestino Caetano Candido de Andrade, natural do município de Sete Lagoas, construiu um comércio na região, atraindo assim outros moradores e comerciantes para o povoado.

Após a formação do povoado em 1874 foi construído no Retiro da Lagoa, a primeira escola pública de ensino primário. O povoado prosperou, e em 1880 o Retiro da Lagoa torna-se sede do distrito de Monteiro, sendo elevada a Freguesia de Santo Antônio da Lagoa.

O nome Lagoa Bonita (Retiro da Lagoa) é devido à presença de uma lagoa na área, que se encontra seca havia vários anos. No seu entorno há algumas fazendas, cujos moradores pretendem revitalizá-la, de modo a torná-la um atrativo turístico para o Distrito. (Foto 1)

**Foto 1 - Lagoa Bonita – Distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.**

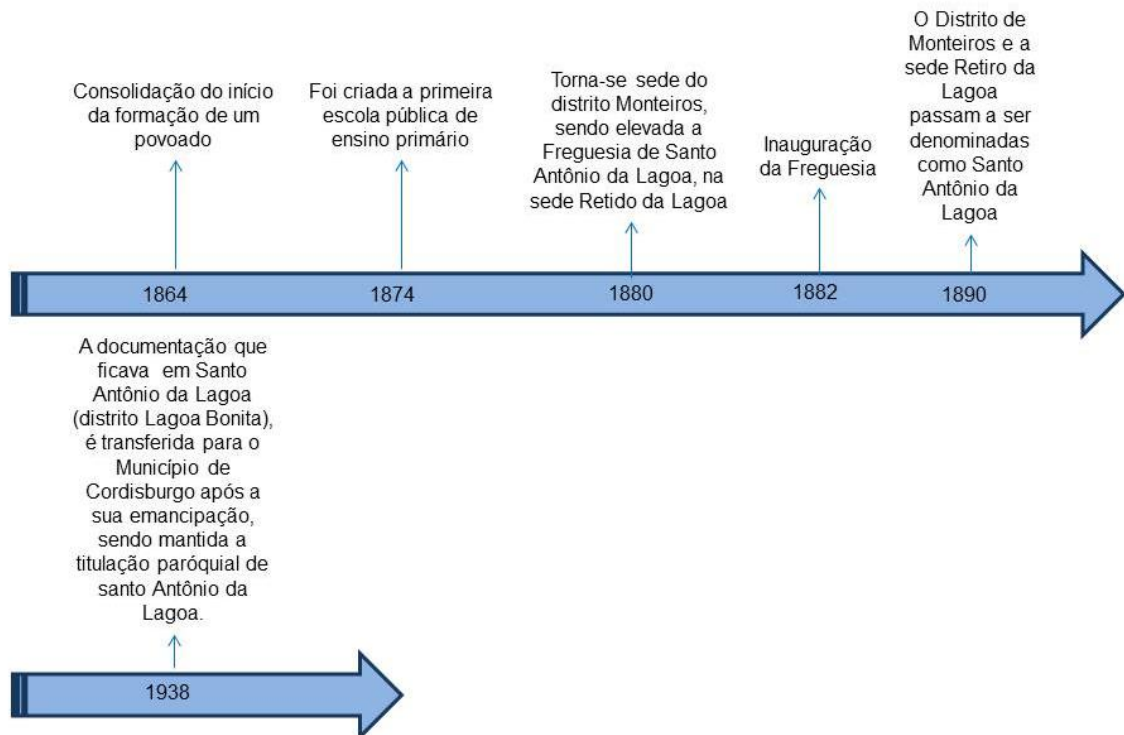


**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

Em 1882 a freguesia é inaugurada e posteriormente em 1890, o distrito de Monteiro e a sede Retiro da Lagoa são denominados Santo Antônio da Lagoa. Em 1938 a documentação paroquial que ficava em Santo Antônio da Lagoa (distrito Lagoa Bonita) é transferida para o Município de Cordisburgo após a sua emancipação, com a mesma titulação de Paróquia de Santo Antônio da Lagoa.

As várias etapas histórica da evolução do Distrito Lagoa Bonita podem ser visualizadas na linha do tempo, (Figura 5), com dados extraídos do Inventário de Proteção do Acervo Cultural, exercício 2006. Pode-se assim perceber a importância histórica deste distrito em relação à Cordisburgo, pois além de tê-lo antecedido, foi também depositário dos documentos desta região.

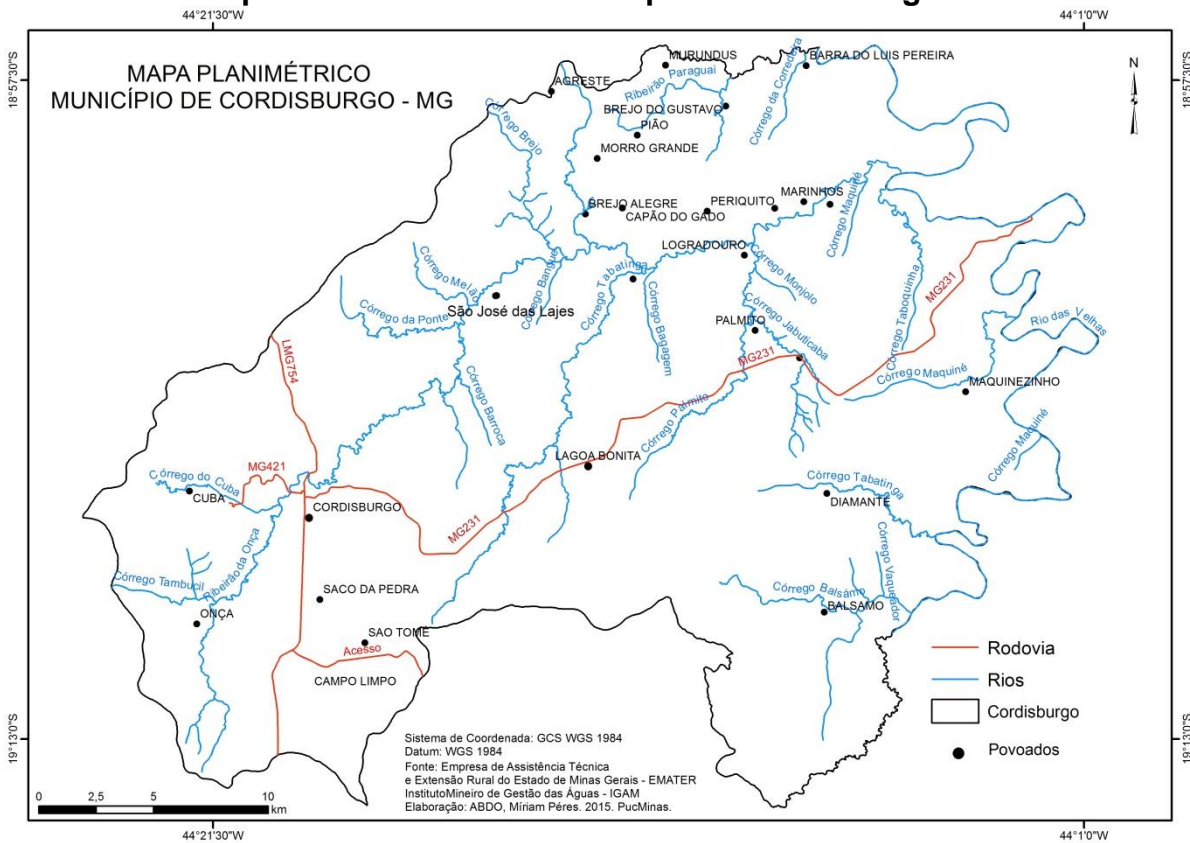
**Figura 5 - Evolução da formação administrativa do Distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015).**

O município de Cordisburgo é composto atualmente pela sede (Cordisburgo), um distrito (Lagoa Bonita) e 25 povoados sendo: Agreste, Murumodus, Barra do Luis Pereira, Brejo do Gustavo, Pião, Morro Grande, Brejo Alegre, Capão do Gado, Periquito, Marinheiros, Riacho Cumprido, Barra das Canoas, Logradouro, Bagagem, São José das Lajes, Palmito, Barreiro, Maquinezinho, Cuba, Diamante, Onça, Saco da Pedra, Balsamo, Campo Limpo, São Tomé. (Mapa 6)

### Mapa 6 - Povoados do Município de Cordisburgo - MG



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos EMATER (2015)

#### 4.3.2 Aspectos demográficos e socioeconômicos

Demograficamente, o município de Cordisburgo apresentava uma população total de 8.667 habitantes em 2010, dos quais 5.961 encontravam-se na área urbana e 2.706 na rural. Cinco anos depois a população pouco se alterou, chegando a 8.998 habitantes (IBGE, 2015).

Outra característica importante de Cordisburgo é a sua forte concentração populacional em áreas urbanas ao longo das últimas décadas (Atlas do Desenvolvimento Humano, 2015). Também chama a atenção a inversão na proporção da população masculina e feminina (Tabela 3). Nota-se que enquanto os homens predominavam em 1991, a população feminina prevaleceu em 2000 e 2010.

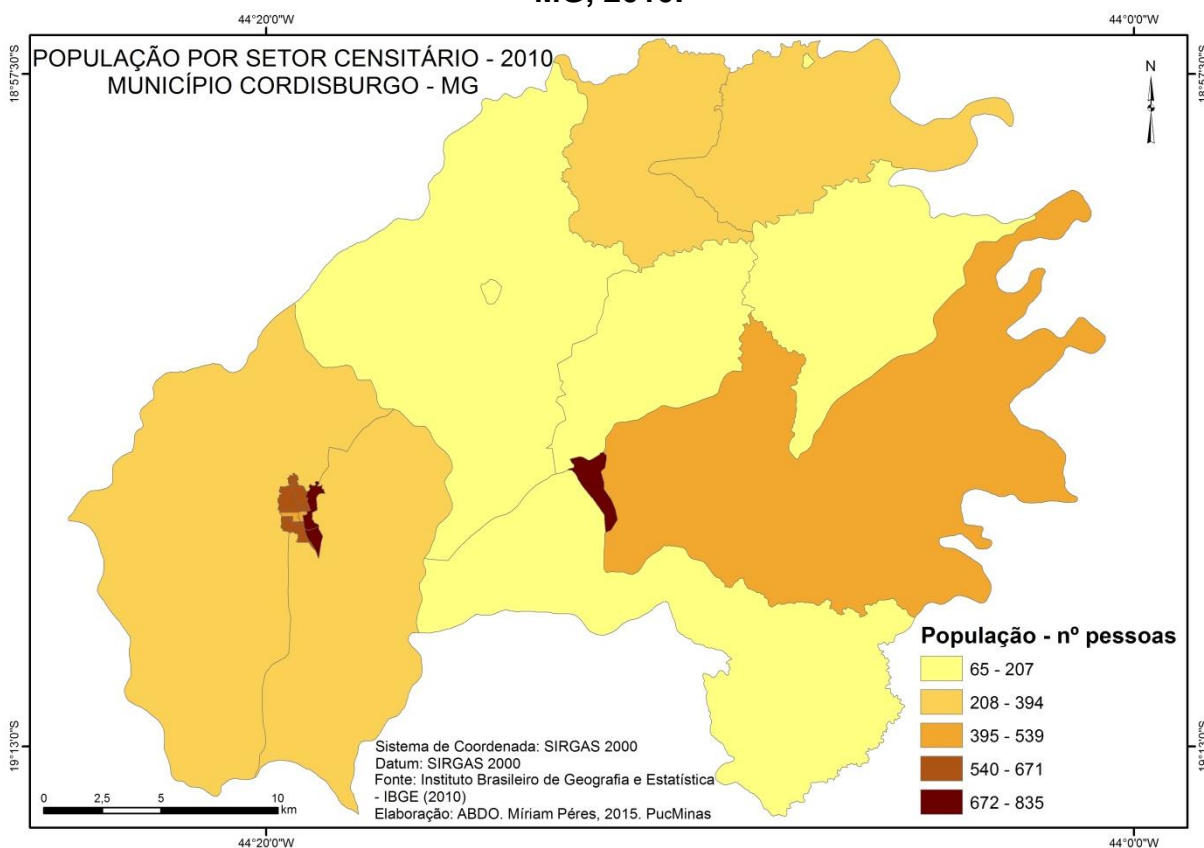
**Tabela 3 - População total, urbana, rural e por gênero.**

ANOS	POPULAÇÃO TOTAL	POPULAÇÃO			
		URBANA	URBANA (%)	RURAL	RURAL (%)
1991	8.451	5.326	64	3.125	37
2000	8.522	5.688	67	2.834	33
2010	8.667	5.961	69	2.706	31

ANOS	POPULAÇÃO TOTAL	SEXO			
		MASCULINO	MASCULINO (%)	FEMININO	FEMININO (%)
1991	8.451	4.302	51	4.149	49
2000	8.522	4.201	49	4.321	51
2010	8.667	4.435	51	4.232	49

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Atlas do Desenvolvimento Humano (2015).

O Mapa (8) revela um padrão de concentração populacional no espaço municipal de Cordisburgo, indicando uma forte presença nos setores censitários da área central, bem como no distrito de Lagoa Bonita.

**Mapa 8 - Distribuição espacial da população do Município de Cordisburgo – MG, 2010.**

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010).

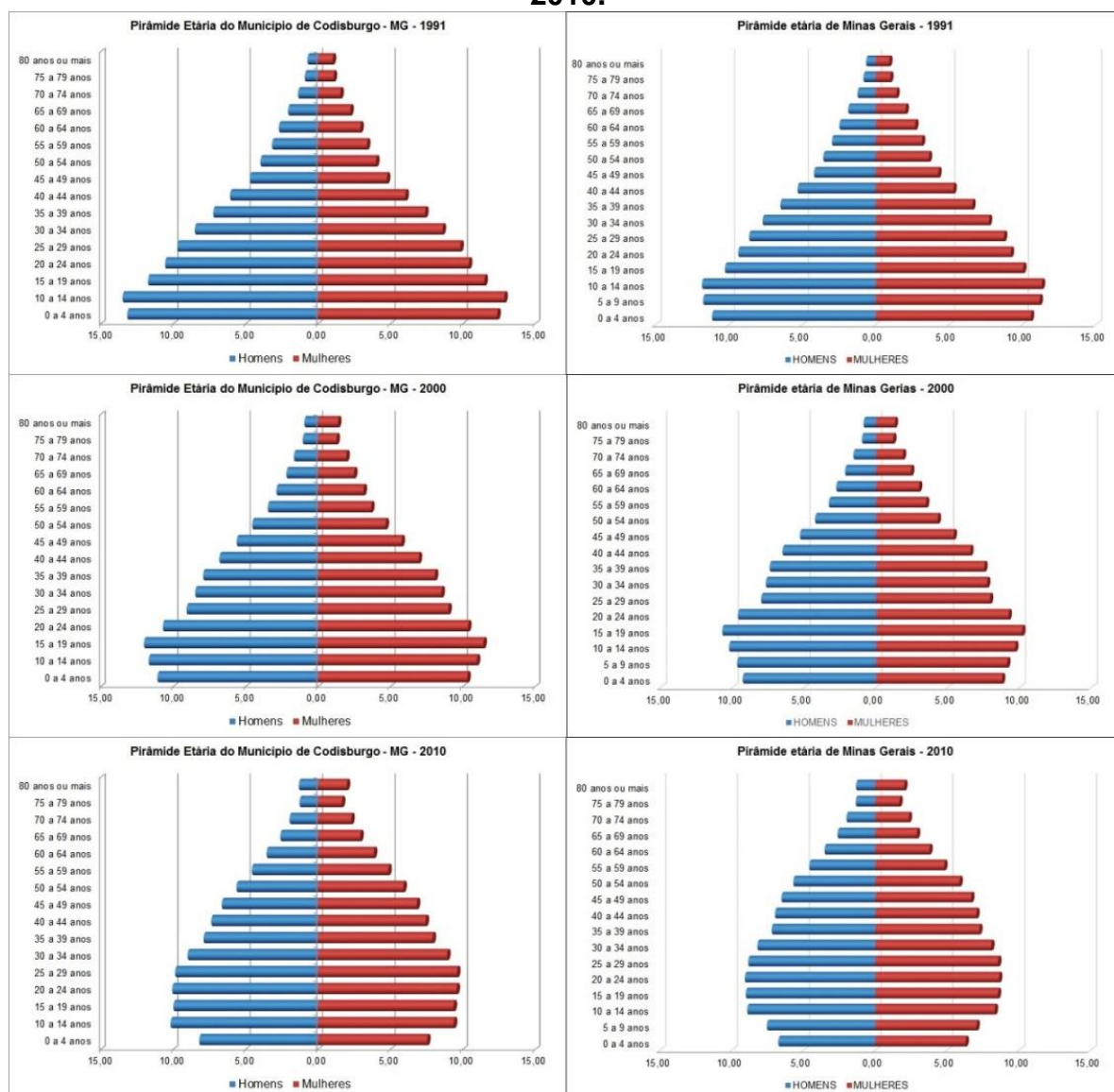
A evolução da população de Cordisburgo pode ser analisada e comparada com de Minas Gerais, através do Gráfico 2 de estrutura etária. Esta análise é importante para compreender o crescimento social da população de Cordisburgo e de Minas Gerais, para tanto será utilizado os dados censitários do IBGE dos anos de 1991, 2000 e 2010.

No ano de 1991 a população de Cordisburgo e de Minas Gerais era jovem. Apresentava uma alta taxa de natalidade e de mortalidade, a expectativa de vida era baixa. A proporção de nascimento de homens e mulheres é a mesma, com número significativo de indivíduos economicamente ativos.

No ano de 2000 inicia-se em Cordisburgo um processo de diminuição na taxa de natalidade, nascem menos mulheres em relação aos homens e diminuição na mortalidade, refletindo no aumento na expectativa de vida. Verifica-se uma diminuição no número de jovens e um aumento no número de adultos. Em Minas Gerais a mudança no perfil etário é mais acentuada, apresentando uma maior diminuição na taxa de natalidade, nascem mais homens do que mulheres, e na taxa de mortalidade, com o aumento na expectativa de vida. Verifica-se um aumento na quantidade de jovens e de adultos economicamente ativos, com um aumento no número de idosos.

Em 2010 Cordisburgo apresenta uma acentuada diminuição na taxa de natalidade, nascem homens e mulheres na mesma proporção, e um aumento significativo na expectativa de vida. Verifica-se um aumento no número de jovens e adultos economicamente ativos, mas também um aumento no número de idosos. Em Minas Gerais as transformações no perfil etário são mais acentuadas, com uma diminuição na taxa de natalidade e mortalidade, com um aumento na expectativa de vida. Com um aumento no número de adultos e idosos em relação ao número de jovens, demonstrando o envelhecimento da população, refletindo em um processo de transição de adulto para idoso.

**Gráfico 2 - Pirâmide etária de Cordisburgo e Minas Gerais, de 1991, 2000 e 2010.**



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Sistema IBGE de recuperação automática – SIDRA (2015).

A transição demográfica ocorrida nos últimos trinta anos, possibilitou uma queda na taxa de mortalidade e um aumento na expectativa de vida, mas ao mesmo tempo promoveu uma diminuição na proporção de jovens economicamente ativos, demonstrando o envelhecimento da população de Cordisburgo e de Minas Gerais.

Essas mudanças refletem na economia, provocando a diminuição de recursos destinados a investimentos em áreas como saúde, educação, moradia, saneamento básico e etc., uma vez que inicia um processo de evolução da população, deixando de ser jovem para tornar-se adulta. Sendo importante conhecer a estrutura etária

para que o governo possa elaborar melhores políticas públicas, a médio e longo prazo.

Do ponto de vista dos equipamentos urbanos, a Secretaria Estadual de Educação de Minas Gerais (SEE, 2015), indica que o município de Cordisburgo conta com 12 escolas, das quais 6 encontram-se na área urbana e outras 6 na área rural, com a seguinte distribuição:

#### Área Urbana:

- Duas escolas particulares de Educação Infantil e Especial,
- Uma escola municipal de ensino (Educação Infantil e Fundamental Anos Iniciais),
- Três escolas estaduais (Ensino Fundamental Anos Iniciais, Ensino Médio e Educação de Jovens e Adultos (EJA)).

#### Área Rural:

- Seis escolas municipais, todas elas de Ensino Fundamental, Anos Iniciais.

O município de Cordisburgo oferece aos seus moradores cursos técnicos através do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), sendo eles: Turismo, Guia de Turismo, Enfermagem, Nutrição dietética, Segurança do Trabalho, Técnico de Meio Ambiente, Agente Comunitário de Saúde.

Além dos cursos do PRONATEC, três cursos fixos são oferecidos como: Confeitaria, Costura e Bordado.

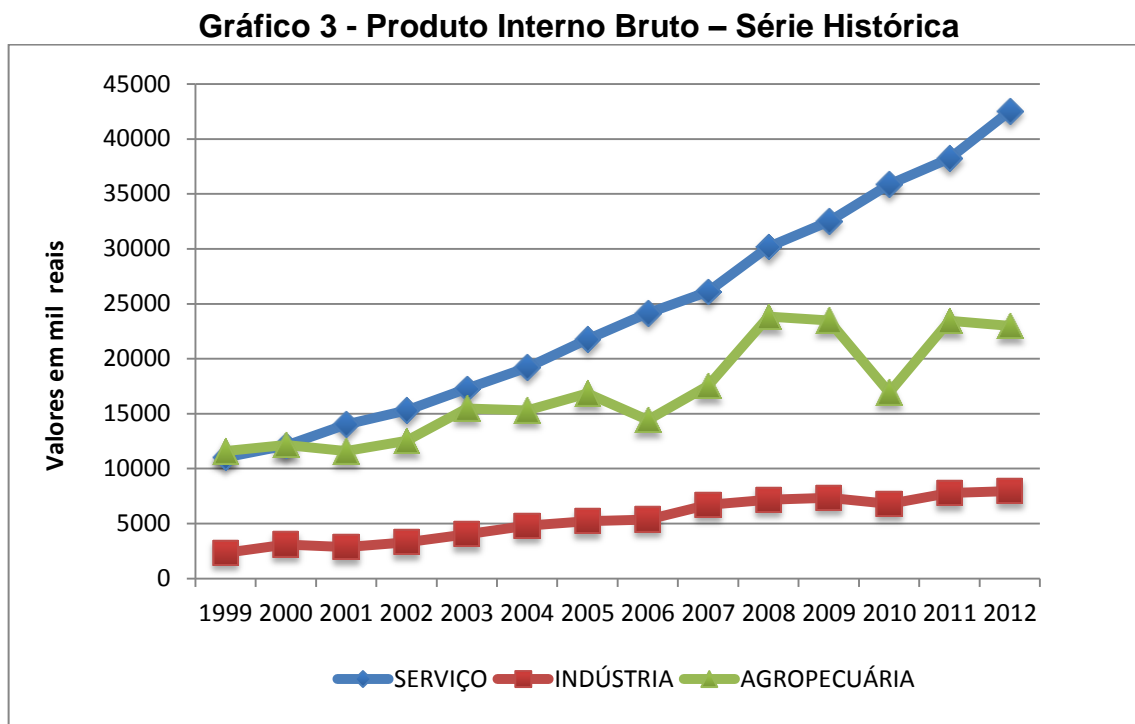
Em relação ao setor de saúde, o município de Cordisburgo conta com dois postos de saúde e um hospital: na área urbana, e um posto de saúde na área rural.

O município de Cordisburgo tem como uma das atividades econômicas a Pecuária: (bovinos, produção de leite, equinos), Aquicultura: (carpa, lambari, pacu, patinga, piau, piapara, piauçu, piava, tambacu, tambatinga, tilápia), Lavoura temporária: (cana-de-açúcar, feijão, mandioca, melancia, milho, tomate), Lavoura permanente: (abacate, banana, goiaba, laranja, limão, mamão, manga, maracujá, tangerina). A agricultura é principalmente a familiar. O município exerce atividade florestal de plantio de eucalipto para produção de carvão vegetal.

Os dados apresentados do Produto Interno Bruto, de acordo com os dados do IBGE (2014) série histórica anos de 1999 a 2012, demonstraram que o perfil



econômico do município está voltado para os serviços, seguido de agropecuária e por ultimo a indústria. Como pode ser comprovado na série histórica do município, no Gráfico 3 a seguir:



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014).

Atualmente o turismo cultural se tornar uma grande fonte de renda para cidade, que segundo Beni (2007):

o Turismo provoca o desenvolvimento intersetorial, em função do efeito multiplicador do investimento e dos fortes crescimentos da demanda interna receptiva. É atividade excelente para obtenção de melhores resultados no desenvolvimento e planejamento regional ou territorial. (BENI, 2007, p. 67)

De acordo com o Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013), o Índice de Desenvolvimento Humano – IDHM, do município de Cordisburgo está na faixa do mediana. Os indicadores utilizados para o desenvolvimento humano são: longevidade, educação e renda. O IDHM do município de Cordisburgo em 2010 foi de 0,656. Este índice varia de 0 a 1, e segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), quanto mais próximo do 1 maior é o índice de desenvolvimento humano. A Tabela (4) a seguir apresenta dos dados do IDHM de



anos anteriores em comparação com o ano de 2010, confirmando o crescimento do desenvolvimento humano de Cordisburgo.

**Tabela 4 - Índice de Desenvolvimento, Humano do Município de Cordisburgo – MG.**

IDHM DIMENSÕES	Anos		
	1991	2000	2010
EDUCAÇÃO	0,198	0,409	0,558
LONGEVIDADE	0,694	0,731	0,786
RENDA	0,521	0,611	0,644

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, PNUD (2013).

A educação, segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano (2013) foi o índice que mais se desenvolveu, obtendo um crescimento de 0,360, seguido pela renda e a longevidade. A posição do município no ranking nacional é 2.986<sup>a</sup>.

Ao comparar os dados do IDH do município de Cordisburgo com os de Minas Gerais, percebe-se uma evolução, conforme Tabela (5) abaixo. No ano de 2010 a diferença é maior do que nos anteriores.

**Tabela 5 - Evolução do IDH do Município de Cordisburgo e Minas Gerais**

	ANOS		
	1991	2000	2010
Cordisburgo	0,415	0,567	0,656
Minas Gerais	0,478	0,624	0,731

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil (2013).

Como foi demonstrado o perfil econômico do município de Cordisburgo está voltado para os serviços (Tabela 3). O turismo pode absorver estes serviços disponíveis e assim gerar empregos, uma vez que o município oferece importantes atrativos turísticos como será demonstrando no próximo capítulo.





## **5.0 A OFERTA TURÍSTICA DE CORDISBURGO**

O presente capítulo busca apresentar uma descrição acerca da condição da oferta turística em Cordisburgo. O capítulo inicia com uma discussão sobre a política de turismo local, de modo a identificar as ações desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Turismo Ecologia e Meio Ambiente, em prol do desenvolvimento do turismo e da dinamização da economia local. Posteriormente, serão apresentados os atrativos naturais e culturais, bem como o patrimônio imaterial do município, sendo, ainda arrolados os equipamentos, infraestrutura e serviços oferecidos aos visitantes e turistas de Cordisburgo.

### **5.1 A política municipal de Turismo**

A política Municipal de Turismo tem por finalidade o desenvolvimento de Políticas Públicas de Turismo Municipal. Para atingir este objetivo conta com a participação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), instituído pela Lei Municipal nº 1.590 de 14 de outubro de 2003, sendo um órgão consultivo, deliberativo, normativo e fiscalizador. Tem como objetivo orientar, promover e gerir o turismo do município e do Fundo de Desenvolvimento do Turismo (FUMTUR), através da Lei Municipal 1.591 de 14 de outubro de 2003, como a finalidade a captar recursos financeiros públicos e privados e destiná-los a ações de estímulo ao turismo sustentável, junto com a Secretaria de Turismo.

A Secretaria Municipal de Turismo Ecologia e Meio Ambiente de Cordisburgo, instituiu um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico (PDTUR) Cordisburgo (2014-2020), em acordo com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

Os principais objetivos são: Desenvolver um Plano Estratégico com intuito de incluir o município de Cordisburgo no cenário nacional e internacional e um plano de ação, onde o foco é no turismo sustentável produtivo; econômica e ambientalmente.

O plano tem como objetivo geral, desenvolver o turismo do município de forma sustentável e integrada através dos seguintes objetivos: estruturar e ordenar o turismo local e regional; qualificar os produtos turísticos do município e da região; promover o turismo em Cordisburgo.

Para atingir o objetivo geral proposto foram determinadas metas de curto prazo, como a sensibilização da comunidade local para a compreensão do

fenômeno turístico e a sua capacidade de impactar no meio ambiente de forma positiva. Em médio prazo ordenar e sistematizar a produção turística do local e regional para atender bem o turista. Em longo prazo transformar Cordisburgo em um destino turístico nacional, alcançando inclusive a atratividade internacional.

Desta forma, o município será reconhecido como polo turístico regional, valorizando a população, as suas tradições e oferecendo hospitalidade ao turista, podendo assim desenvolver o turismo local, proporcionando a geração de emprego e de renda para o município e conseqüentemente oferecer aos turistas e visitantes, segurança, acomodações e entretenimento de qualidade.

## **5.2 O patrimônio cultural e turístico de Cordisburgo**

Antes de abordar os atrativos turísticos de Cordisburgo é importante fazer uma breve discussão acerca dos termos patrimônio, cultura e produto, visando um melhor entendimento do assunto a ser apresentado.

A origem da palavra “Patrimônio” está no latim, *patrimonium*, que significa o pecúlio, a herança, os bens da família. Por sua vez, Choay (20011, p. 11) entende que a origem do epíteto patrimônio “está ligada às estruturas familiares, econômicas e jurídicas de uma sociedade estável, enraizada no espaço e no tempo”.

Por sua vez a cultura está ligada à herança de um povo, representando um conjunto de fatores materiais e imateriais produzidos por um dado grupo social, compartilhado e transmitido entre as gerações:

A cultura é a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em uma outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte. A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. (CLAVAL, 2007, p.63).

Tuan (2013, p.13) pondera que “a cultura é desenvolvida unicamente pelos seres humanos. Ela influencia intensamente o comportamento e os valores humanos”. Diante disso a proteção e a preservação dessa cultura ou patrimônio cultural são importantes, pois auxiliam na perpetuação das diversas formas de expressão cultural de um povo.

Correlato à noção de cultura de patrimônio, concebido pela UNESCO (2015) como sendo:

o legado que recebemos do passado, vivemos no presente e transmitimos às futuras gerações. Nosso patrimônio cultural e natural é fonte insubstituível de vida e inspiração, nossa pedra de toque, nosso ponto de referência, nossa identidade. (UNESCO, 2015)

Já o Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN), responsável pela promoção da preservação e valorização do patrimônio cultural brasileiro, entende que o patrimônio apresenta três dimensões importantes:

- o patrimônio material é composto por bens culturais classificados como: arqueológico, paisagístico e etnográfico, histórico, belas artes e das artes aplicadas.
- o patrimônio imaterial representa práticas sociais, transmitidas através das gerações. É um elemento importante de apropriação dos grupos sociais e dos indivíduos, sendo considerados bens imateriais: saberes, ofícios e modo de fazer, celebrações, formas de expressão cênica, artes plásticas, musicais ou lúdicas.
- o patrimônio mundial é aquele que mantém e resgata a memória, identidade e a riqueza dos povos, sendo composto por edifícios ou sítios de valor histórico, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico.

Introduzindo uma especificidade geográfica, a Constituição Federal de 1988 traz no seu Artigo 216 a noção de patrimônio cultural brasileiro que incorpora:

bens de natureza material, 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. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988, ART. 216)

Com base nessa concepção, o Ministério do Turismo brasileiro (2010) avança a definição associando à noção de cultura e patrimônio, a prática do turismo:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas 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. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p 15)

No entendimento de, Beni (2007) promove outra associação importante para os propósitos deste trabalho, concebendo o Patrimônio Turístico como sendo composto por duas dimensões: natural ou proveniente da atividade humana, elementos passíveis de serem considerados produtos turísticos. Este, por sua vez, pode ser entendido como:

o resultado da soma de recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas, algumas das quais operam transformação da matéria-prima em produto acabado, enquanto outras oferecem seus bens e serviços.... (BENI, 2007, p. 26)

Um aspecto geográfico importante acerca do produto turístico é a sua rigidez locacional, por sua vez que ele é produzido e consumido no mesmo local, sendo, portanto, necessário que o turista se desloque fisicamente para poder consumi-lo. Para este trabalho o produto turístico foi compreendido pelas três categorias que são os atrativos: natural, cultural e imaterial.

No entanto, destaque-se que outros elementos também são necessários à viabilidade do produto turístico, quais sejam:

- equipamentos: hospedagem, alimentação, diversão, transporte, agenciamento;
- serviços urbanos: sistema de transportes, de saúde, de comunicação, de abastecimento de água, de energia e tantas outras estruturas básicas e facilidades existentes nos municípios.

De posse dessas concepções este capítulo se dedica a identificar os atrativos turísticos de Cordisburgo.

### *5.2.1 Atrativos turísticos de Cordisburgo*

O município de Cordisburgo reveste-se de um patrimônio de grande relevância científica, cultural e histórica. Eles podem ser agrupados como atrativos naturais (cavernas, cachoeiras, unidades de conservação); culturais (edificações e

arquitetura); obras de arte (esculturas); instituições culturais (Museus) e os bens imateriais. Listamos abaixo o conjunto desses atrativos.

#### *5.2.1.1 Atrativos Naturais*

### **Gruta do Maquiné**

A ênfase científica de Cordisburgo relaciona-se, intimamente, com a Espeleologia, a Paleontologia e a Arqueologia, entre outras áreas da Ciência. Os créditos desta importância são devidos, em primeiro lugar, ao cientista Peter Lund, e na sequência, a muitos outros pesquisadores que até hoje desempenham atividades nesta área, estimulados pelas descobertas e trabalhos deste dinamarquês ilustre.

Em 1825 Peter Lund chega ao Brasil pela primeira vez, permanecendo na região do Rio de Janeiro, Campos e Nova Friburgo, cumprindo programa acordado com o Museu de História Natural. Ao longo dos três anos de permanência de 1825 a 1828, foram enviadas 40 espécies diferentes de peixes, entre elas cinco novas, iniciando assim o envio de espécies brasileiras para Dinamarca<sup>22</sup>. Conhece o botânico Ludwig Riedel que se tornou amigo e companheiro de suas expedições.

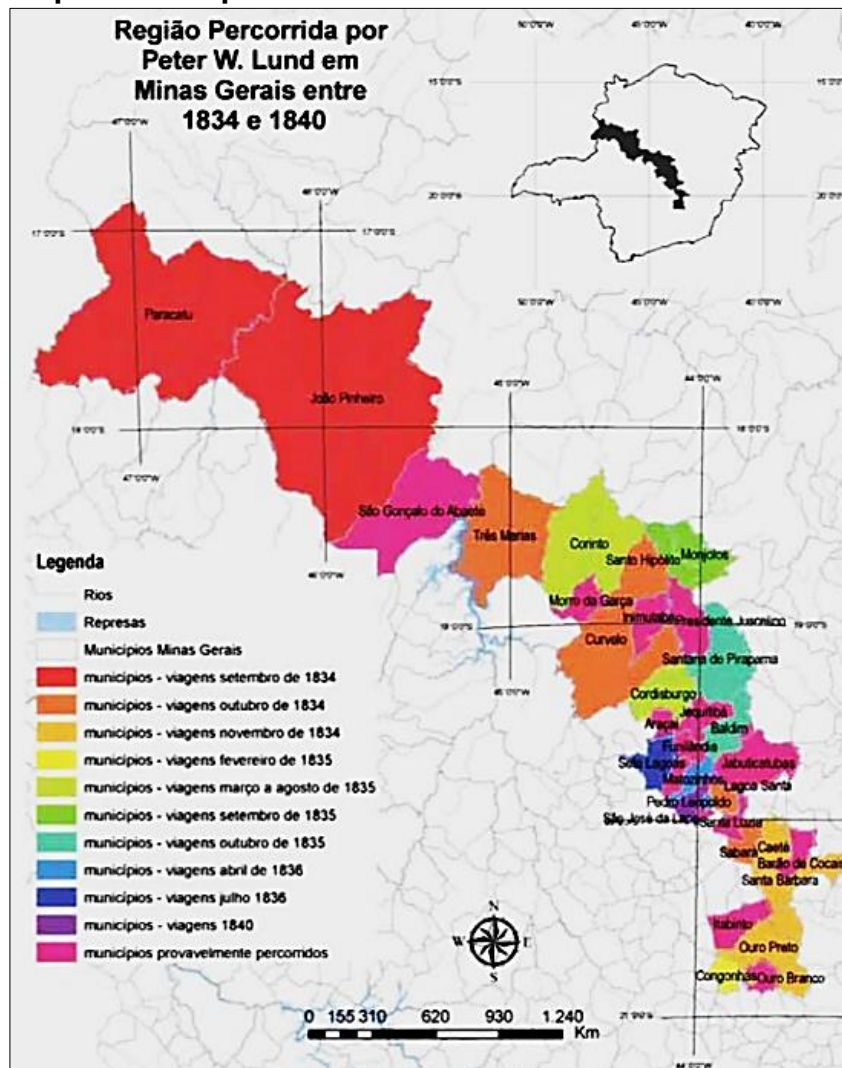
Lund retorna ao Brasil em 1833, e durante a sua permanência no Rio de Janeiro, reencontra Ludwig Riedel, com quem compartilha uma viagem pelo interior do Brasil, passando por São Paulo, Goiás e Minas Gerais. O Mapa 9 exhibe os municípios percorridos por Lund, demonstrando o seu grande interesse científico pela região calcária. Ao fim desta expedição, Ludwig Riedel retorna ao Rio de Janeiro, vindo a falecer em 1862. Por sua vez, Peter Lund dirige-se para o norte de Minas Gerais, onde inicia novas explorações, na companhia de Peter Claussen e Peter Andreas Brandt. Neste processo Lund travou contato com a Gruta Lapa Nova do Maquiné, que segundo Couto (1950, p. 8), “o deslumbrou com sua extraordinária beleza e que lhe forneceu grande quantidade de ossos”.

---

<sup>22</sup> Hoje o acervo dos fósseis está no Museu da Dinamarca de História Natural.



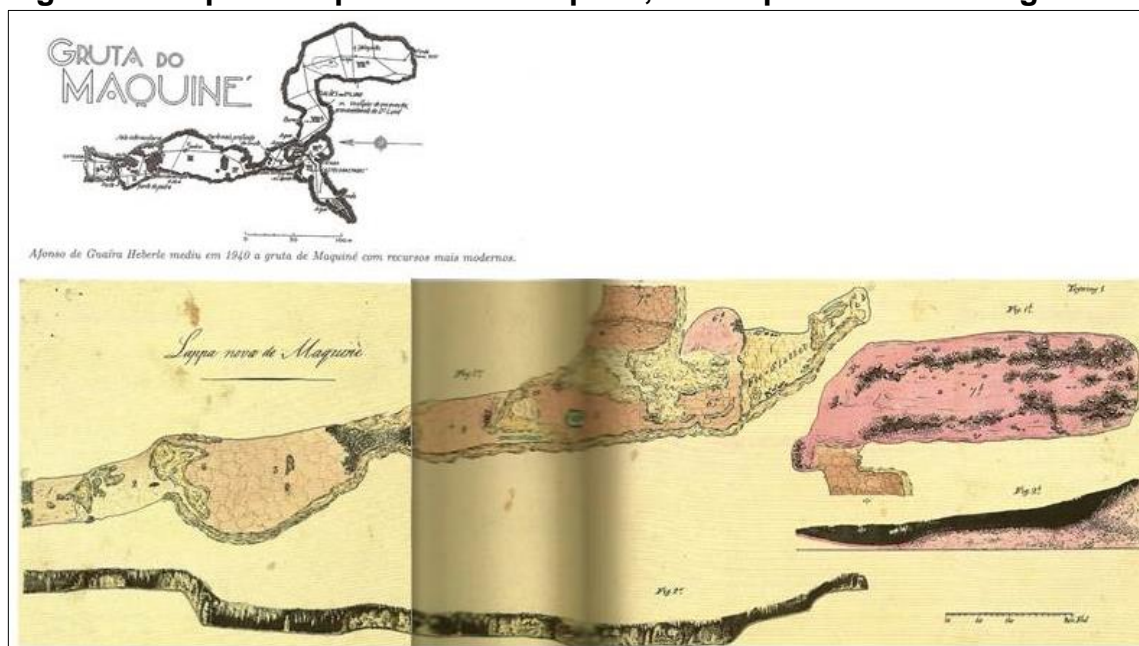
**Mapa 9 - Região percorrida por Peter Lund em Minas Gerais entre 1834-1840.**



Fonte: Estratégia de Desenvolvimento Turístico “Rota das Grutas de Lund”, 2011, p.75.

A Gruta do Maquiné, localizada no município de Cordisburgo, no Monumento Natural Estadual Peter Lund, foi a primeira gruta estudada por Peter Lund, que se responsabilizou pela descrição e coleta de fósseis, enquanto Brandt realizava o mapeamento da gruta com o auxílio de uma bússola e varas de medição, (HOLTEN ; STERLL, 2011) como observado na Figura 6 a seguir.

**Figura 6 - Mapa da Lapa Nova de Maquiné, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Holten e Sterll, 2011, p. 138; 139.

Depois de estudar a Gruta do Maquiné, Peter Lund se fixa em Lagoa Santa, local que considerava estratégico para visitar as grutas do entorno. Durante os anos de pesquisa torna-se uma figura importante na cidade, permanecendo lá até a sua morte.

Os estudos de Lund produziram cinco memórias (COUTO, 1950), sendo que foi na primeira e na segunda memória onde Lund descreveu com maiores detalhes a Lapa Nova de Maquiné. Devido à riqueza de sua pesquisa Peter Lund foi considerado como Pai da Paleontologia, da Arqueologia e da Espeleologia brasileiras, sendo boa parte dos estudos e descobertas vinculadas a Cordisburgo.

A Gruta do Maquiné possui sete câmaras denominadas de acordo com as formações: 1ª Câmara: conhecida como “Vestíbulo”, com 88 pés de comprimento e 66 de largura; 2ª Câmara: conhecida como “Sala das Colunas”, com 122 pés de comprimento por 74 de largura; 3ª Câmara: conhecida como “Altar ou Trono”, com 220 pés de comprimento, 116 de largura e 50 pés de altura; 4ª Câmara: denominada de “Carneiro”, com 60 pés de comprimento, 66 de largura e 36 de altitude; 5ª Câmara: conhecida como “Salão das Piscinas”, com 78 pés de comprimento, igual largura e 60 pés de altura; 6ª Câmara: conhecida como “Salão das Fadas”, com 108 pés de comprimento e 50 pés de altura; 7ª Câmara: é dividida em duas partes: 7ª(A): conhecida como “Salão Dr. Lund” com 138 pés de comprimento, 72 de largura e 50

pés de altura e a 7ª(B): conhecida como “Salão do Cemitério”, é a maior de toda a gruta, com 534 pés de comprimento por 184 pés de largura.

A Gruta do Maquiné é explorada desde 1908. Os visitantes chegavam a Cordisburgo através do trem de ferro, sendo que o percurso até a gruta era feito a pé ou a cavalo. Naquela época eles usavam a luz de carbureto como forma de iluminação. (MARRA, 2001),

A partir de 1967, Gruta do Maquiné é explorada como produto turístico através da empresa estatal Águas Minerais de Minas Gerais S.A. (HIDROMINAS), criada pelo Decreto Lei Federal nº. 2.627, de 26 de setembro de 1940. Tratava-se uma empresa de economia mista, responsável por fomentar e desenvolver o turismo em Minas Gerais. A Hidrominas administrou a Gruta do Maquiné até 1990.

A Gruta do Maquiné foi a primeira a receber a iluminação artificial em 1967, possibilitando o aumento de turistas, segundo Rubbioli e Auler (2002). Um novo sistema de iluminação foi instalado em 1999 pela Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG), com objetivo de melhorar o acesso e a visualização dos ambientes da gruta. (Plano de Manejo do Monumento Natural Estadual Peter Lund, 2011).

Com o término da administração da Hidrominas, a Prefeitura Municipal de Cordisburgo, a partir de 1990, através de contrato de comodato, com o Governo de Minas Gerais passou a administrar a Gruta do Maquiné, por 25 anos. A prefeitura instituiu a Fundação de Desenvolvimento e Promoção Turística da Gruta do Maquiné (Maquinetur), através da Lei nº 1.091 de 10 de Setembro de 1990, ficando responsável pela administração da mesma. Em julho de 2015 o contrato de comodato com o Governo de Minas foi encerrado. Enquanto a prefeitura não tem um novo contrato o Instituto Estadual de Floresta (IEF) ficou responsável pela administração da gruta.

A Gruta do Maquiné esta aberta a visitação diariamente de 08 00hs às 16:30hs, a taxa de visitação é de R\$20,00 e para estudantes e melhor idade (com documento) é de R\$10,00, crianças menores de 5 anos são isentas, um guia da gruta acompanha a visitação.

### **Monumento Natural Estadual Peter Lund**

O Monumento Natural Estadual Peter Lund, criado através de um decreto nº 44.120 em 29 de setembro de 2005, tem o objetivo de conservar o patrimônio

natural e histórico-cultural, em especial o espeleológico (referente à ciência que tem como objeto o estudo ou exploração das cavidades naturais do solo), paleontológico (referente à ciência que estuda os animais e vegetais fósseis, principalmente através dos traços deixados nos sedimentos geológicos) e arqueológico (referente à ciência que estuda monumentos e vestígios de civilizações antigas) da Gruta do Maquiné e arredores. Concilia os estudos e turismo da gruta com a educação ambiental, social e auxílio à educação local. Esta gruta foi estudada, por vários anos, pelo naturalista dinamarquês Peter Wilhelm Lund, iniciando em 1834. Foi considerada uma das mais importantes cavernas turísticas do Brasil e do mundo, por seu valor histórico, e especialmente, pelo valor científico.

Além da Gruta do Maquiné, Cordisburgo ainda conta com outras grutas, como a do Tobogã, da Morena, do Salitre, dos Porquinhos, do Tão Lucas e da Vaca Preta, porém não estão abertas para visita pública, pois não apresentam estrutura adequada para este fim.

## **Cachoeiras e Lagoas**

Cordisburgo possui algumas cachoeiras, lagoas e afloramentos cársticos, que preservam a vegetação de cerrado e a mata ciliar. Todos estes atrativos estão localizados em propriedade particular, sendo necessário solicitar prévia autorização para visita.

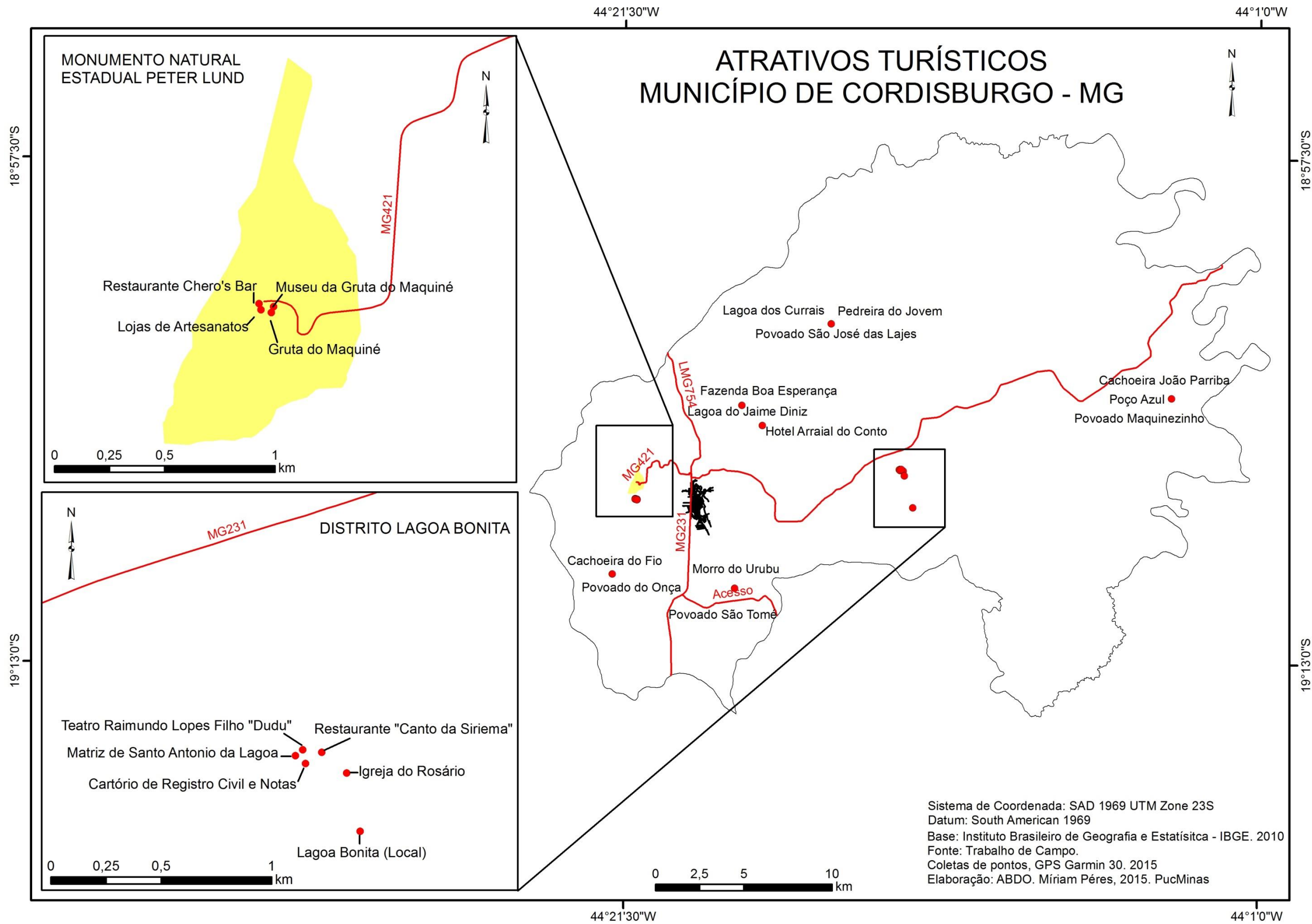
As cachoeiras de Cordisburgo são:

- **Cachoeira do João Parriba:** Possui três poços e cinco quedas; tem 700 metros de altura. **Localizada no** povoado de Maquiné.
- **Cachoeira do Fio:** A cachoeira tem um vão, um poço e uma queda d'água. Localizada no povoado do Onça.
- **Lagoa dos Currais:** Possui 200 metros de largura por 500 metros de comprimento. Localizada no povoado de São José das Lages.
- **Lagoa do Jaime Diniz:** Ocupa uma área de quatro hectares e tem aproximadamente cinco metros de profundidade. Localizada na Fazenda Boa Esperança.

- **Poço Azul:** O nome é devido à cor azul característica da área, causado por um rebaixamento de teto de uma caverna. Possui uma profundidade de aproximadamente 10 metros. Localizado no povoado do Maquiné.
- **Morro do Urubu:** Trata-se de um afloramento cáustico. Localizado no povoado de São Tomé.
- **Pedreira do Jovem:** A queda é de pequena proporção e suas águas são límpidas. Localizada na Fazenda do Jovem

Estes atrativos naturais estão demonstrados no mapa a seguir. (Mapa 10)

Mapa 10 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG.



Fonte: Elaborado pela autora (2015)



### 5.2.1.2 Atrativos Culturais

#### **Museu Casa Guimarães Rosa**

Do ponto de vista literário, Cordisburgo encontra-se fortemente associada ao conjunto da obra de João Guimarães Rosa (1908-1967). O escritor nasceu em Cordisburgo, onde iniciou os seus estudos, que foram posteriormente continuados em Belo Horizonte e São João Del Rei.

Novelista e romancista renomado, Guimarães Rosa teve seus livros traduzidos para outros idiomas a partir de 1963. O Grande Sertão Veredas, sua obra de maior projeção, juntamente com outros de seus livros, tiveram adaptações para o teatro e televisão, com destaque também para o romance Sagarana e os contos: Corpo Fechado e Sarapalha, dentre outros.

A riqueza da literatura deixada por Guimarães Rosa estimula e desafia os leitores de hoje, sendo fonte de diversas pesquisas, especialmente na linguística. O diplomata e escritor manteve ao longo da vida forte ligação com a sua cidade natal, sendo diversas as menções ao município em seus livros. (Apêndice A – Linha do Tempo)

O Museu Casa Guimarães Rosa, hoje um bem tombado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA), em 2002 é uma antiga casa construída no século XIX, (Foto 2), onde o escritor Guimarães Rosa nasceu e morou até os nove anos de idade (1908 a 1917). Trata-se de uma típica casa mineira, térrea, com uma varada na lateral, composta pela residência da família e com uma área na frente reservada para o comércio, onde o seu pai o Senhor Florduardo Pinto Rosa, conhecido como 'Seu Flô', tinha uma venda. O público mais frequente era constituído pelos vaqueiros que embarcavam o gado na Estrada de Ferro Central do Brasil, na estação de Cordisburgo, que foi inaugurada em 1903.



**Foto 2 - Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2014).**

A casa foi vendida em 1923 e teve vários proprietários. Durante algum tempo no local funcionou uma casa de jogos e bar, sendo comprada pelo Governo do Estado de Minas em 1971 e transferida para o Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (IEPHA–MG). No mesmo ano, foram realizadas duas restaurações: a primeira, logo após ser transferida para o IEPHA, mantendo suas características arquitetônicas originais e a segunda em 1982, com a reconstrução da venda do Seu Flô, com as mesmas características das antigas vendas de Minas Gerais.

O museu Casa de Guimarães Rosa foi inaugurado em 1974, tem um acervo com 700 documentos relacionados à vida e obra do autor. Possui ainda objetos pessoais como a máquina de escrever, móveis, fotografias, obras de artes, etc. Além da exposição, o museu promove atividades e eventos culturais como a Semana Roseana, quando se comemora o aniversário do escritor.

Cordisburgo apresenta bens referentes às construções arquitetônicas que foram inventariadas pelo IEPHA, em 2006, com o intuito de preservação, haja vista tratar-se de atrativos turísticos importantes do município.

O Museu Casa Guimarães Rosa é gerido pela Superintendência de Museus e Artes de Visuais, sendo responsável pelo acervo documental e das obras literárias

de Guimarães Rosa. O Museu funciona de terça a domingo das 09:00hs às 17:00hs, a taxa de visitação é de R\$ 2,00, o museu oferece serviço de guia do grupo Miguilim.

### **Museu da Gruta do Maquiné**

O Museu da Gruta do Maquiné, em Cordisburgo, está a 127 quilômetros de Belo Horizonte, localizado no Monumento Natural Estadual Peter Lund. Trata-se do Marco Cinco da Rota das Grutas Peter Lund que pesquisou a região de Cordisburgo. O museu conta a história de pesquisas sobre a flora e a fauna, realizadas pelos naturalistas Peter Lund e Eugenius Warming. Possui cinco galerias, com 400 m<sup>2</sup>, onde os visitantes têm a oportunidade de conhecer a flora, a fauna, fragmentos dos ossos do veado-catingueiro e outras espécies de animais como: a coruja das cavernas, coelho, paca, veado-mateiro, preá, morcego e a replica da preguiça-pequena, todos com informações científicas. (Foto 3 e 4 )

O museu disponibiliza aos visitantes a oportunidade de conhecer a pesquisa do naturalista e a rota dos municípios percorrida pelo naturalista em Minas Gerais. As crianças têm a chance de interagir com o museu através do jogo da memória.

**Foto 3 - Museu da Gruta do Maquiné, Município de Cordisburgo - MG**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Foto 4 – Museu da Gruta do Maquiné – Rota das Grutas Peter Lund – Marco 5, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

O Museu da Gruta do Maquiné funciona diariamente de 08:00hs às 16:30hs e não há cobrança de ingresso para a visitação.

### **A religiosidade nas Minas Gerais Setecentista**

A religiosidade em Minas Gerais no séc. XVIII e XIX cresceu desde seu processo de ocupa o territorial e se manteve tradicional. Segundo Mata (2002) diversas razões tornaram Minas Gerais mais católico do que outros estados do Brasil.

Um dos motivos foi o fato de que o estado de Minas Gerais neste período não tinha um sistema viário, tornando difícil o seu acesso. Outro motivo foi a cobrança de imposto pela coroa portuguesa, pois Minas Gerais explorava ouro, o que reforçou o seu isolamento. Outro ponto foi a proibi o da entrada de novas ordens religiosas em Minas (1711), como forma de garantir mais dinheiro para coroa portuguesa, pois os fieis faziam doa oes em dinheiro às ordens religiosas. De acordo com Mata (2002, p.81) "O caráter marcadamente lusitano da religião e da cultura do povo mineiro tem suas raízes na corrida do ouro setecentista".

Nos núcleos urbanos havia uma maior presença da igreja, por isso, a pluralidade religiosa em Minas Gerais era encontrada principalmente nas regiões

mais distantes, onde a população poderia viver sem as normas rígidas de controle da igreja e da coroa portuguesa.

A diversidade religiosa de Minas Gerais reflete a formação religiosa de Cordisburgo, pois estava mais distante dos núcleos urbanos, favorecendo os cultos religiosos, católicos e os profanos. As igrejas do município possuem livre acesso.

### **Capela do Patriarca de São José**

A Capela do Patriarca de São José foi construída em 1884, período da fundação do município. Segundo Barbosa (1995), o Padre João deixou registrado em seu diário que no dia 23 de dezembro de 1883, soou o sino de 62 quilos pela primeira vez, convidando a população para a primeira missa no Cerrado da Vista Alegre. De acordo com Costa (1995), a missa foi no dia de São José.

No Povoado de Vista Alegre, posteriormente denominado Cordisburgo, está localizada a Capela do Patriarca de São José. Sua construção é típica de outras igrejas construídas no Estado de Minas Gerais, tendo sido utilizados madeira e tijolos de adobe. Em 1999 a capela foi reformada, mantendo as suas características principais, como denota a Foto 5.

**Foto 5 - Capela do Patriarca de São José, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

### **Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus**

A Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, em homenagem ao Sagrado Coração de Jesus, teve a sua construção iniciada em 1884 e terminada em 1886. Apresenta um estilo neogótico, está localizada no ponto mais alto da cidade. Na frente da igreja encontra-se a Praça do Sagrado Coração de Jesus e o cruzeiro de madeira. Em 1960 a igreja foi reformada quando parte de sua estrutura foi destruída, sendo acrescentadas duas torres a frente. (Fotos 6 e 7)



**Foto 6 - Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Acervo Standard do Brasil (s.d) – IBGE (2015).

**Foto 7 - Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

### **Igreja Nossa Senhora do Rosário**

A Igreja Nossa Senhora do Rosário, está localizada mais distante do centro da cidade de Cordisburgo, em uma região periférica, em local diferente de onde foi construída a primeira igreja, de 1905, posteriormente demolida em 1960. A nova igreja é uma construção simples da década de 1970, erguida pela Irmandade União do Rosário de Maria com a ajuda dos moradores da região. (Foto 8)

**Foto 8 - Igreja Nossa Senhora do Rosário, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

### **Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa – Distrito Lagoa Bonita**

A Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa (Foto 9) situada na Praça do Milagroso Santo Antônio, no distrito Lagoa Bonita, foi construída em 1882, então importante e próspero templo do município de Curvelo, à época de sua construção. Foi erguida com doações dos fieis e do Coronel Modestino. O seu estilo é característico das construções de igrejas no Estado de Minas Gerais, do mesmo período.



**Foto 9 - Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa, distrito de Lagoa Bonita  
Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

A igreja ao longo dos anos passou por várias reformas, atualmente está sendo restaurada, mantendo as suas características originais. (Foto 10)

**Foto 10 - Restauração do altar da Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa,  
distrito de Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).



## **Igreja de Nossa Senhora do Rosário**

A Igreja de Nossa Senhora do Rosário, erguida em sua homenagem, foi construída no distrito de Lagoa Bonita, porém, não foi encontrado o registro da data de sua construção. Devido às suas características pode ser considerada contemporânea da Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa, segundo IPAC (2005). (Foto 11)

**Foto 11 - Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

Anualmente em Cordisburgo e no distrito Lagoa Bonita são realizadas as festas religiosas tradicionais, do Divino Espírito Santo e de Nossa Senhora do Rosário, que contam com a participação do grupo de Congado União do Rosário de Maria, dos grupos de Folia de Reis e também com os grupos: do Agnaldinho, de Cuba, de Bagagem, de Periquito, do Geraldo Jovito, de Tira-Couro, de Logradouro, de Raimundo Nonato, do Onça de Cordisburgo. Estas festas atraem os moradores locais de outros municípios.

## Estação Ferroviária

A Estação Ferroviária de Cordisburgo, segundo Barbosa (1995) foi inaugurada em 1904, encontrando-se vinculada à Estação de Estrada de Ferro da Central do Brasil, tendo sido transferida em 1957 para a Rede Ferroviária Federal S.A (RFFSA). Atualmente ela pertence à Ferrovia Centro – Atlântica (FCA). Antigamente a estação era utilizada para o transporte de mercadorias e de passageiros. Este ramal ligava as cidades de Cordisburgo, Curvelo e Belo Horizonte. Hoje em dia é utilizado para o transporte de cargas, tendo o transporte de passageiros sido interrompido na década de 1990, transformando-se em um atrativo turístico cultural do município. Acesso livre ao visitante. (Foto 12 e 13)

**Foto 12 - Estação Ferroviária do Município de Cordisburgo- MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Foto 13 - Estação Ferroviária do Município de Cordisburgo – MG.**

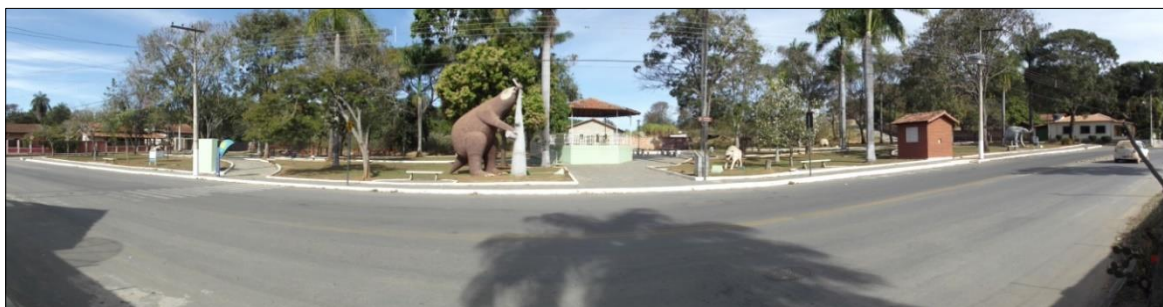


Fonte: Fotografia da autora (2015)

### **Zoológico de Pedra Peter Wilhen Lund**

O Zoológico de Pedra Peter Wilhelm Lund (Foto 14) está localizado em uma praça com um coreto que expõe réplicas de animais do Pleistoceno. Os animais construídos de cimento pelo escultor Stamar de Azevedo Junior são: uma preguiça gigante, tatu gigante, tigre dente-de-sabre, toxodonte, preguiça pequena e um mastodonte. Trata-se de uma homenagem ao cientista Dinamarquês Peter Lund, que estudou a Gruta do Maquiné em Cordisburgo, considerado o pai da Paleontologia brasileira. Acesso livre ao visitante.

**Foto 14 - Zoológico de Pedra Peter Wilhelm Lund, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).



## Casa Elefante

A Casa Elefante foi construída em 2009 pelo mesmo escultor do Zoológico de Pedras Peter Lund, Stamar Júnior, que iniciou a sua construção com o intuito de ser a sua casa, mas que depois a transformou em um atrativo turístico da cidade, aberta aos visitantes. Ele escolheu o animal por ser o maior mamífero do Planeta Terra e a sua ideia atual é acabar a construção da Casa Elefante e iniciar uma nova construção sendo o animal escolhido a baleia Orca. A Casa Elefante funciona diariamente das 08:00hs às 17:00hs. A taxa de visitação é de R\$2,00 para adulto e R\$1,00 para crianças. (Foto 15)

**Foto 15 - Casa Elefante, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

## Portal Grande Sertão

O Portal Grande Sertão inaugurado em 2010, (Foto 16), localizado na Praça Miguilim, é uma criação do artista Leó Santana, e representa a entrada do sertão mineiro, idealizado pelo Museu Casa Guimarães Rosa. A escultura apresenta seis sertanejos típicos que são saudados pelo escritor Guimarães Rosa. Livre acesso ao visitante.

**Foto 16 - Portal Grande Sertão, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

## **PATRIMÔNIO IMATERIAL**

Este rico legado vem sendo apropriado pela população de Cordisburgo, que realiza outros eventos todos os anos, como as Festas Religiosas do Divino Espírito Santo e Nossa Senhora do Rosário, Contadores de História Miguilim, Grupo Caminhos do Sertão, entre outros.

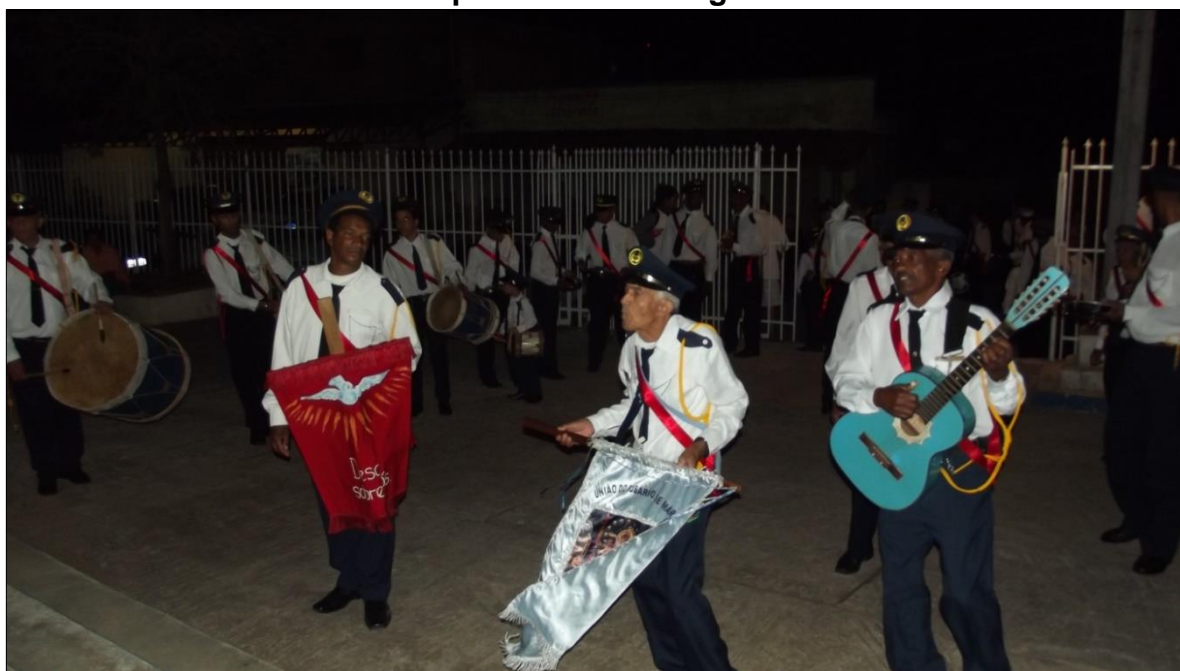
### **Festa do Divino Espírito Santo e Nossa Senhora do Rosário**

A festa do Divino Espírito Santo e a festa de Nossa Senhora do Rosário, segundo IGA (1998), foi instituída pela Rainha Isabel no século XVI. Estas festas estão presentes no Brasil desde o período colonial, sendo adaptadas à realidade de diferentes regiões. Em Minas Gerais a festa de Nossa Senhora do Rosário está presente desde o seu povoamento, no início do século XVIII. Estas festas eram chamadas de “Festas dos Negros”, com o passar dos anos os homens brancos começaram a participar e a modificá-la. Em Minas Gerais as festas de Congados tiveram início na antiga capital Vila Rica (Ouro Preto), sendo denominadas Reinado

e Reisado. O Reinado é conduzido por um Rei e uma Rainha e a sua corte, eleitos no ano anterior.

Em Cordisburgo durante a Festa do Divino Espírito Santo e de Nossa Senhora do Rosário, é realizada uma procissão para buscar e levar a bandeira do Divino Espírito Santo para a igreja de Nossa Senhora do Rosário, onde é realizada uma missa. Durante a festividade as igrejas são enfeitadas e contam com a participação do grupo de Congado da União do Rosário de Maria, fundado de 1900, cujos participantes vestem calças azuis e blusas brancas com uma fita trespassada no peito. A de cor azul é usada no dia do Rosário e a vermelha no dia do Divino. (Fotos 17 e 18)

**Foto 17 - Grupo União do Rosário da Maria – Festa do Divino Espírito Santo, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Foto 18 - Rei e Rainha – Festa Divino Espírito Santo, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Grupo de Contadores de História Miguilim**

O Grupo de Contadores de História Miguilim, (Foto 19), formado por crianças e adolescentes moradores da cidade, criado em 1995 por Dr.<sup>a</sup> Calina da Silveira Guimarães, prima de Guimarães Rosa, recebeu este nome porque era o apelido de Guimarães Rosa quando pequeno. Gerido pela Associação dos Amigos do Museu Casa Guimarães Rosa tem como objetivo proporcionar um maior contato com a obra de Guimarães. Os integrantes aprendem técnicas de narração de história, fala correta, etiqueta social e trabalho em grupo.



**Foto 19 - Grupo de Contadores de Histórias Miguilim do Museu Casa Guimarões Rosa.**



**Fonte: Acervo Ronaldo Alves, 2015.**

O grupo que a princípio tinha o objetivo de narrar a obra de Guimarões Rosa no Museu Casa Guimarões Rosa, hoje narra as suas histórias durante as Caminhadas realizadas pelo Grupo do Sertão, na Semana Roseana e em outros eventos pelo Brasil. A oportunidade de participar do Grupo Miguilim proporciona a ampliação dos horizontes de seus integrantes, incentivando a continuarem estudando. De acordo com o Brasinha não existe ex-Miguilim, pois a paixão pela obra de Guimarões Rosa nunca acaba.

José Osvaldo dos Santos, Brasinha como é chamado por todos, é uma pessoa importante na divulgação da obra de Guimarões Rosa na cidade. Ele é integrante do Grupo Caminhos do Sertão, que realiza a Caminhada Eco literária realizada pela paisagem de Cordisburgo. Eles recitam parte da obra de Guimarões Rosa, para turistas, moradores e alunos de escolas de todo o Brasil.



## Grupo Caminhos do Sertão

As Caminhadas Eco literárias são realizadas pelo Grupo Caminhos do Sertão, desde 1998, sendo formado por ex-integrantes do grupo Miguilim, (Foto 20). Os membros são músicos e, estudiosos da obra, todos moradores de Cordisburgo, e as ações têm o intuito de divulgar os locais reais que inspiraram a obra de Guimarães Rosa.

**Foto 20 - Apresentação do Grupo Caminhos do Sertão, na XXVII Semana Roseana, 2015.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

Isto acontece durante a Semana Roseana, realizada desde 1989 na segunda semana de julho, durante sete dias. Neste evento os participantes de todo o Brasil se reúnem para participar de palestras, mesas-redondas, cursos e oficinas, encenações teatrais, exposições, feira gastronômica, caminhada literária urbana e rural, apresentações musicais e narração de história pelo Grupo Miguilim.

No ano de 2015 o tema escolhido para a caminhada foi Corpo Fechado, do livro Sagarana. A Caminhada que é realizada por locais citados por Guimarães Rosa e no centro do Município de Cordisburgo. Trechos das obras são narrados pelos seus integrantes, que também ressaltam a importância da preservação do cerrado, veredas e rios.

A Caminhada Eco Literária realizada em 2015 partiu, da Escola Municipal Mestre Candinho, no centro da cidade, local onde os participantes tomam o café da manhã e seguem, para o Povoado São Tomé. Durante o percurso, o Grupo Caminho do Sertão realizou algumas paradas onde narrou trechos da obra escolhida. (Fotos 21 e 22)

**Foto 21 - Caminhada dos participantes da Semana Roseana em 2015.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Foto 22 - Caminhada dos participantes da Semana Roseana em 2015.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

A Semana Roseana é organizada pela Associação dos Amigos do Museu Casa de Guimarães Rosa, pela Academia Cordisburguense de Letras Guimarães Rosa, com o apoio da Prefeitura Municipal de Cordisburgo, Secretaria de Turismo Ecologia e Meio Ambiente e a Secretaria de Estado de Cultura através da Superintendência de Museus do Estado de Minas Gerais e voluntários. O evento é realizado no Museu Casa Guimarães Rosa e no Centro de Atendimento ao Turista – CAT.

Como citado anteriormente existem outros elementos que fazem parte do produto turístico, como os equipamentos e a infraestrutura (serviços) que dão suporte o desenvolvimento da atividade turística.

### **5.3 Os equipamentos e as infraestruturas**

#### *5.3.1 Os equipamentos de hospedagem*

Cordisburgo tem atualmente cinco hotéis que se diferenciam pela acomodação, preço e serviço prestado ao turista. O Hotel de Lazer Arraial do Conto é o que oferece ao turista uma melhor infraestrutura de hospedagem e recreação, os demais hotéis e pousadas são mais simples, não disponibilizando área de recreação.

#### **Hotel e Lazer Arraial do Conto**

É o único hotel que oferece uma melhor infraestrutura para o turista. Está localizado na Fazenda Taboquinha fora da área central de Cordisburgo, na estrada de Cordisburgo para Lagoa Bonita.

O estabelecimento possui 34 apartamentos de luxo e dois apartamentos superluxo, oferecendo café da manhã, almoço com comida mineira e jantar. O hotel possui nas suas instalações uma Capela de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro construída em 2012, um salão de eventos com capacidade para 150 pessoas, uma venda com diversos produtos, uma boate, um alambique, e um local destinado ao lazer, com piscinas, salão de jogos e passeios a cavalo. (Imagem 1)



**Imagem 1 - Imagem de satélite - Hotel e Lazer Arraial do Conto, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: (HOTEL...2016).

### **Hotel Pousada das Flores**

O Hotel Pousada das Flores está localizado na área central de Cordisburgo (Foto 23), próximo ao prédio da Prefeitura na Rua São José, 852. Possui sete apartamentos, oferecendo aos hóspedes café da manhã, estacionamento, e rede wi-fi. A forma de pagamento é cinquenta por cento no ato da reserva e o restante somente em dinheiro, uma vez que o hotel não possui máquina para cartão de crédito ou débito.

**Foto 23 - Hotel Pousada das Flores, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

### **Hotel Chico Luzia**

O Hotel Chico Luzia está localizado na área central de Cordisburgo, perto do Museu Casa de Guimarães Rosa, (Foto 24), na Rua Padre João, 860. Possui 27 apartamentos, sete com frigobar, TV e banheiro, e os demais compartilham um banheiro e corredor. Nos serviços estão incluídos café da manhã e estacionamento. O hotel não possui TV a cabo e internet. A forma de pagamento é cinquenta por cento no ato da reserva e o restante somente em dinheiro, o hotel também não possui máquina para cartão de crédito ou débito.

**Foto 24 - Hotel Chico Luzia, Município de Cordisburgo – MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

### **Pousada Esplanada**

A Pousada Esplanada está localizada na área central de Cordisburgo, próximo à Estação Ferroviária, na Rua Marechal Deodoro, 431. Possui cinco apartamentos com banheiro e seis quartos sem banheiro, tem uma piscina pequena, e oferece café da manhã. O hotel não possui TV a cabo, internet e estacionamento. A forma de pagamento é cinquenta por cento no ato da reserva e o restante somente em dinheiro, o hotel não possui máquina para cartão de crédito ou débito.

### **Hotel Nonada**

O Hotel Nonada é o mais simples dos hotéis levantados, oferecendo somente seis quartos, com banheiro compartilhado. Nos valores da diária estão embutidos os serviços de café da manhã, mas não possui TV a cabo, internet ou estacionamento. Sua localização é privilegiada, encontra-se ao lado do Museu Casa Guimarães Rosa. A forma de pagamento é cinquenta por cento no ato da reserva e o restante somente em dinheiro, o hotel não possui máquina para cartão de crédito ou débito. (Foto 25).



**Foto 25 - Hotel Nonada, Município de Cordisburgo - MG.**



**Fonte: Fotografia da autora (2015).**

### *5.3.2 Equipamentos de Alimentação*

Cordisburgo não disponibiliza de quantidade ou variedade de equipamentos de alimentação para os turistas, havendo apenas dois restaurantes na área central, (Bar Sarapalha e o Restaurante e Pizzaria “Um conto e cem”), um restaurante no Monumento Estadual Natural Peter Lund (Restaurante Chero’s bar), e um restaurante no distrito Lagoa Bonita, (Restaurante Lanchonete e Sorveteria “Canto da Siriema”).

Nestes restaurantes, a comida mineira é o prato principal, sendo o serviço em estilo *self service*. Geralmente oferecem refeições apenas na hora do almoço, uma vez que à noite estão fechados.

Na rua Padre João, próximo ao Museu Casa Guimarães Rosa, na área central de Cordisburgo, existem trailres de lanches como o Gordo Lanches, Mickey Lanches e Trailer da Olga, que abrem somente à noite, com opções de sanduíches, pizzas, salgados e tira gostos. A pastelaria 17 Pastéis e o bar do Geraldo Carão, também abrem somente à noite.

## Restaurante Bar Sarapalha

O restaurante Bar Sarapalha (Foto 26) é abrigado por uma construção antiga. Segundo o seu proprietário, Sr. Henrique Goulart, o restaurante começou com uma pequena porta e depois foi se ampliando e sofrendo adaptações. O nome Sarapalha, é uma homenagem ao conto do Livro Sagarana de Guimarães Rosa. O restaurante está localizado próximo à Prefeitura, na Rua governador Valadares, 135. O cardápio oferece comida mineira no fogão de lenha, estilo *self servisse*, sendo que o restaurante não tem estacionamento e funcionamento, diariamente, de 8:00hs às 17:00hs.

**Foto 26 - Restaurante Bar Sarapalha, Município de Cordisburgo - MG**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

## Restaurante e Pizzaria “Um Conto e Cem”

Localizada em frente a Prefeitura, a pizzaria oferece comida mineira e wifi para os seus clientes, funcionando à partir de 8:00hs, permanecendo aberto enquanto houver clientes. (Foto 27)



**Foto 27 - Restaurante e Pizzaria “Um conto e Cem”, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

### **Restaurante Chero's bar**

O Chero's bar (Foto 28) está localizado no Monumento Natural Estadual Peter Lund/IEF - Rodovia Alberto Ramos (MG 231) KM 7, oferecendo comida mineira à la carte, com destaque para as sobremesas produzidas no local. O restaurante também oferece ao turista itens artesanais, funcionando diariamente de 8:00hs às 17:00hs.

**Foto 28 - Restaurante Chero's Bar, Município de Cordisburgo- MG**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

### **Restaurante, lanchonete e sorveteria “Canto do Siriema”**

O Canto do Siriema está localizado no distrito Lagoa Bonito em Cordisburgo. O local oferece comida típica mineira. Trata-se de um local simples, mais acolhedor. (Foto 29)

**Foto 29 - Restaurante, Lanchonete e Sorveteria “Canto da Siriema”, distrito Lagoa Bonita, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

## Artesanato

Em Cordisburgo, o artesanato, em especial os bordados, configuram importante atividade, cujo potencial turístico é pouco explorado.

O artesanato local é comercializado no Cantinho com Prosa (Foto 30), no Centro de Atendimento ao Turista (CAT) como denota a Foto 31,

**Foto 30 - Cantinho com Prosa, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

**Foto 31 - Centro de Atendimento ao Turista (CAT), Município de Cordisburgo - MG**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

e no Centro de Artesanato “Geraldo Beraldo de Carvalho” (Bigorna) (Foto 32), localizado na entrada cidade.



**Foto 32 - Centro de Artesanato “Geraldo Beraldo de Carvalho” (Bigorna),  
Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

Outro local que atrai os turistas é o Empório do Brasinha, que oferece a eles uma retomada à infância com a presença de diversos objetos colecionados durante anos. (Foto 33)

**Foto 33 – Empório do Brasinha, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Fotografia da autora (2015).

## 5.4 Serviço de guias e informações turísticas

### 5.4.1 Infraestrutura (serviços)

Cordisburgo oferece uma infraestrutura básica de serviços urbanos que é utilizada tanto pelos moradores, como pelos turistas. Segundo Barretto (2003, p.38) “a infraestrutura é o conjunto de edificações, obras e serviços públicos que garantem o mínimo de conforto da vida urbana”. Esta infraestrutura divide-se em:

- Infraestrutura de acesso: estradas, aeroportos, portos, rodoviários, estações de trens,
- Infraestrutura urbana: ruas, sarjetas, iluminação pública, abastecimento de água, tratamento de esgoto, coleta de lixo, telefonia;
- Infraestrutura serviços: hospital, farmácia e drogaria, posto de correio, agência bancária, posto de gasolina, padaria, supermercados, oficina mecânica, policiamento, etc.

O acesso a Cordisburgo é feito através das rodovias MG 231 e MG 754, acessível através de ônibus e carros particulares. A cidade não tem uma rodoviária, por isso, existe um ponto de venda de passagens da Empresa Sete Lagoano que funciona dentro de um bar. É a única empresa que realiza o transporte de moradores e turistas de Cordisburgo para os municípios do entorno até Belo Horizonte. A cidade não conta com um ponto de táxi, sendo este serviço de transporte oferecido informalmente pelos moradores, mediante a cobrança de uma taxa a ser negociada com diretamente com o prestador de serviço. Não há transporte coletivo público, sendo que a circulação dos moradores e dos turistas é feita a pé.

A cidade tem sinalização de trânsito urbano e algumas placas de indicação de atrativos turísticos, mas não tem estacionamento privado, uma vez que é pequena e tranquila. Cordisburgo conta com serviço telefônico fixo e móvel, uma agência de correio e uma agência bancária do Banco do Brasil. A segurança pública é garantida pela presença das Polícias Civil e Militar, porém a cidade não possui Corpo de Bombeiros.

Os moradores e turistas contam com serviços de abastecimento de água, esgoto, coleta de lixo e iluminação pública apenas na área central, ficando excluída a área rural. Segundo o levantamento do Plano Municipal de Saneamento Básico de Cordisburgo, realizado pela Prefeitura Municipal de Cordisburgo e o Comitê da Bacia do Rio das Velhas (2015), o tratamento de água e esgotamento sanitário (muitos moradores não tem fossa séptica) são precários, uma vez que o esgoto é lançado no corpo de água local sem nenhum tratamento. Quanto ao lixo produzido na área rural, por não haver coleta, é queimado pelos moradores.

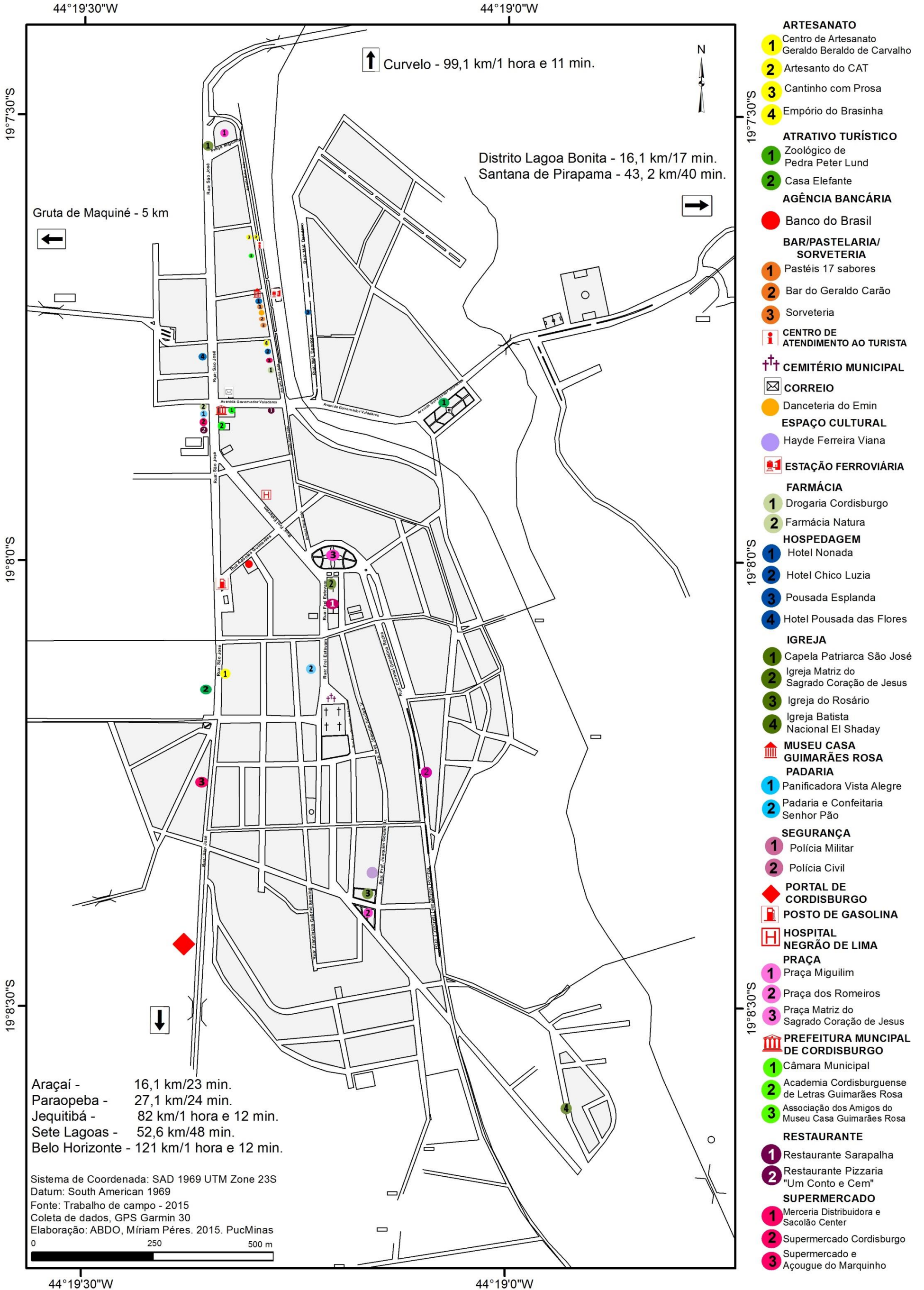
O serviço de saúde é assegurado por um Hospital, dois postos de saúde na área central e um posto de saúde na área rural. Há uma farmácia e uma drogaria. Cordisburgo conta também com padarias, supermercados, salão de beleza e oficina mecânica.

Cordisburgo apresenta grande potencial turístico, podendo ser uma fonte econômica a fim de viabilizar o desenvolvimento do município, bem como a preservação da identidade local e dos seus patrimônios.

Os atrativos culturais e a infraestrutura identificados e mapeados, podem ser visualizados no Mapa 11:

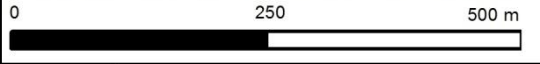


Mapa 11 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG.



Araçai - 16,1 km/23 min.  
 Paraopeba - 27,1 km/24 min.  
 Jequitibá - 82 km/1 hora e 12 min.  
 Sete Lagoas - 52,6 km/48 min.  
 Belo Horizonte - 121 km/1 hora e 12 min.

Sistema de Coordenada: SAD 1969 UTM Zone 23S  
 Datum: South American 1969  
 Fonte: Trabalho de campo - 2015  
 Coleta de dados, GPS Garmin 30  
 Elaboração: ABDO, Miriam Pêres. 2015. PucMinas



44°19'30"W

44°19'0"W

Fonte: Elaborada pela autora, trabalho de campo (2015).



O município de Cordisburgo oferece aos visitantes e turistas um importante legado científico vinculado às pesquisas realizadas por Peter Lund na Gruta do Maquiné, mas também uma rica herança literária graças à obra de João Guimarães Rosa. Mas, além, disso Cordisburgo conta com notáveis patrimônio natural e cultural, proporcionando aos visitantes e turistas contato direto com suas paisagens e com a hospitalidade mineira, incluindo a sua gastronomia e artesanato. Mas antes de explorar como estes atrativos turísticos podem ser fonte de desenvolvimento econômico é necessário conhecer a demanda turística do município, elemento que o será tratado no próximo capítulo.

## **6 DEMANDA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE CORDISBURGO - MG**

Este capítulo pretende dimensionar a demanda turística do município de Cordisburgo. Para tal foram utilizados os dados fornecidos pelo Museu Casa Guimarães Rosa, referente a todo o ano de 2014, através do livro de assinaturas e de agendamentos. Os documentos obtidos possibilitaram a identificação do perfil dos visitantes (sexo, origem e a quantidade por mês/ano). Através destes dados, foram gerados gráficos e mapas, que auxiliaram na compreensão da distribuição da demanda turística do município de Cordisburgo ao longo do ano de 2014. É importante lembrar a distinção entre turistas e visitantes. Turista é aqui compreendido como aqueles que permanecem pelo menos 24 horas no destino, sendo que os visitantes aqueles que permanecem menos de 24 horas no local visitado. Posteriormente, este capítulo traz os resultados do levantamento primário realizado junto aos turistas e visitantes dos dois principais atrativos turísticos do município, ressaltando o seu perfil socioeconômico, expectativas e percepções.

Este capítulo também tem como objetivo apresentar e discutir os resultados referentes às percepções sobre a atividade turística em Cordisburgo, a partir dos pontos de vista de empreendedores do setor, moradores e representantes do poder público. Desta forma, ter-se-á ao fim deste capítulo, um entendimento acerca do fenômeno turístico.

### **6.1 Sazonalidade e procedência de turistas e visitantes dos principais equipamentos turísticos de Cordisburgo**

Os dados coletados no Museu Casa Guimarães Rosa foram separados da seguinte forma: visitantes/turistas espontâneos, sendo eles domésticos e internacionais e os visitantes agendados, que são as escolas e os grupos turísticos. A separação é feita pelo próprio Museu Casa Guimarães Rosa, que para um melhor controle possui dois cadernos de assinaturas, um na entrada do Museu para os visitantes espontâneos e o outro caderno somente com os agendamentos.

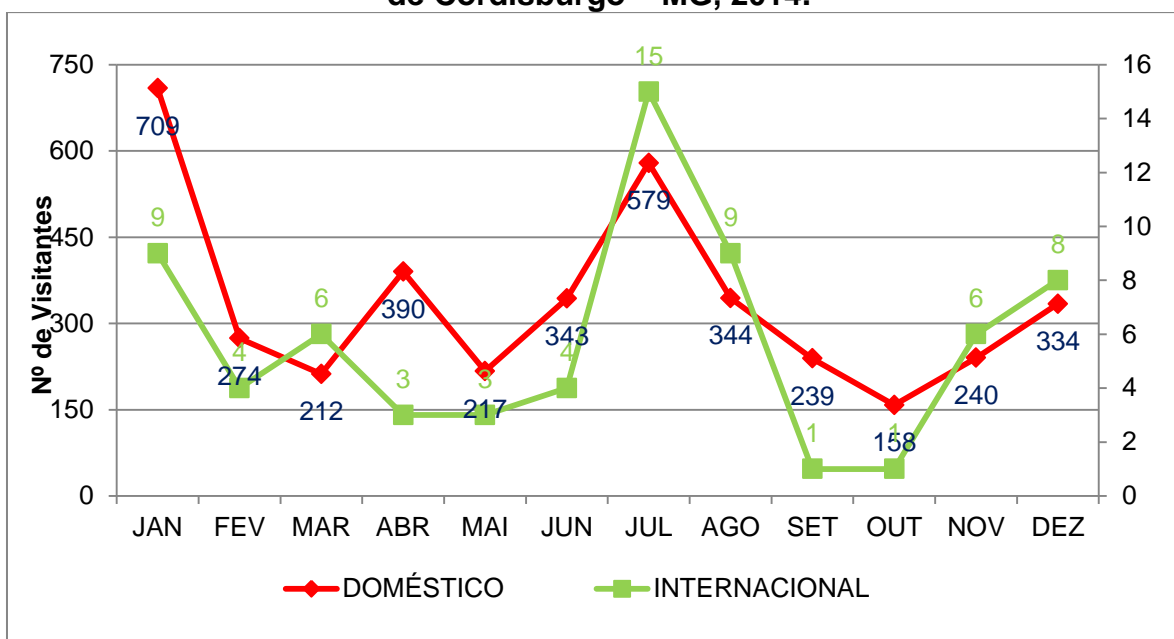
O Gráfico (4) apresenta a distribuição dos visitantes espontâneos ao longo do ano de 2014, demonstrando a sazonalidade da visitação. Um maior número de visitantes brasileiros ocorreu nos meses de janeiro, abril, julho e dezembro. A concentração nos referidos meses pode estar relacionada aos períodos de férias

e/ou feriados, sendo que nos meses fevereiro, março, maio, agosto, setembro e outubro, apresentam uma baixa visitação, demonstrando irregularidade e oscilação.

Vale ressaltar que no mês de julho ocorre a Semana Roseana o que contribui para um maior número de visitantes de Minas Gerais e de outros estados.

Os visitantes estrangeiros apresentam uma maior regularidade de visitas ao longo do ano, mas ainda é um público muito pequeno se comparado com os brasileiros. Os meses de maior visitação foram janeiro, julho, agosto e dezembro, demonstrando que a frequência das visitas pode estar relacionada ao período de férias e/ou feriados. A linha verde referente ao total anual de visitantes fica praticamente em cima da linha azul reforçando a sazonalidade e oscilação dos visitantes no Museu.

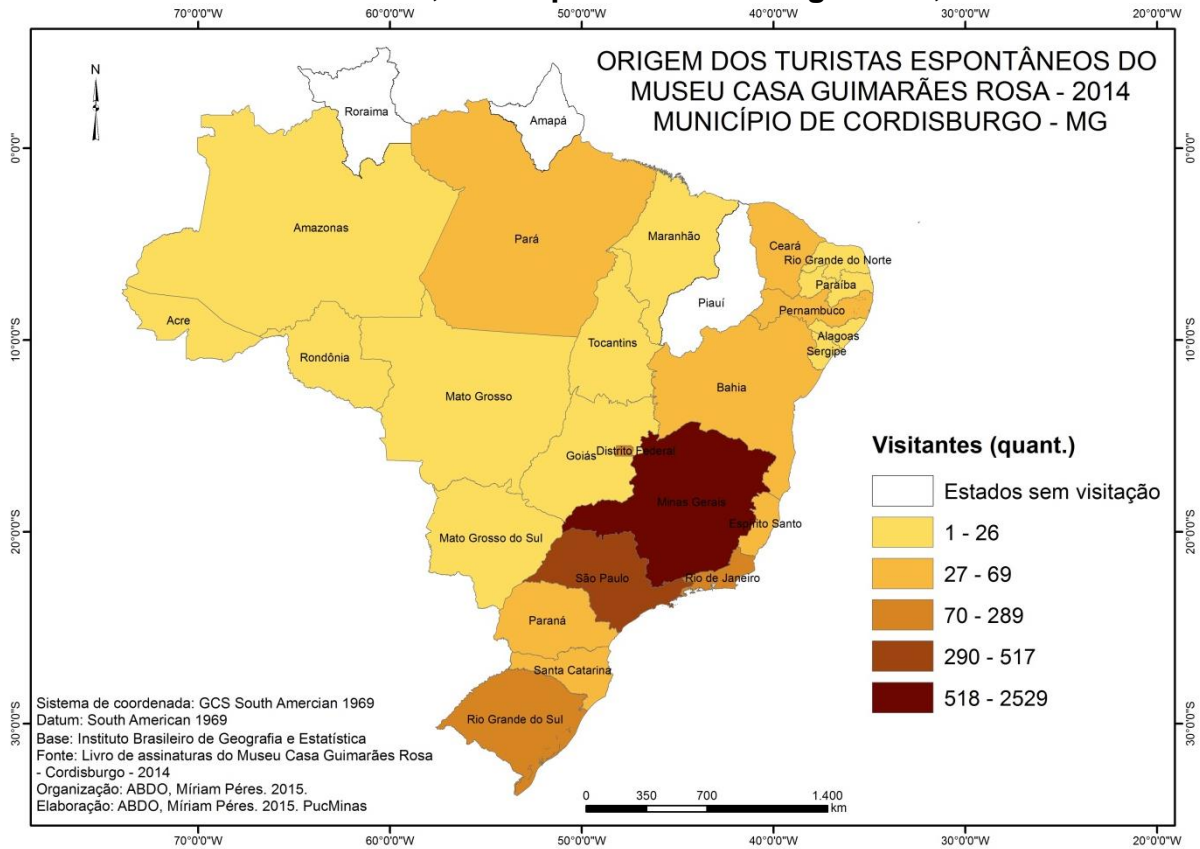
**Gráfico 4 - Visitantes espontâneos no Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG, 2014.**



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Casa Guimarães Rosa (2014).

O Mapa 12 mostra os estados com o número de visitantes no museu ao longo do ano de 2014, podendo ser assim agrupados: 1º lugar: Minas Gerais; em 2º lugar: São Paulo; em 3º lugar: Distrito Federal, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul; em 4º lugar: Pará, Ceará, Pernambuco, Bahia, Paraná e Santa Catarina; em 5º lugar: Acre, Amazonas, Rondônia, Roraima, Amapá, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins, Maranhão, Piauí, Rio Grande do Norte, Alagoas, Sergipe.

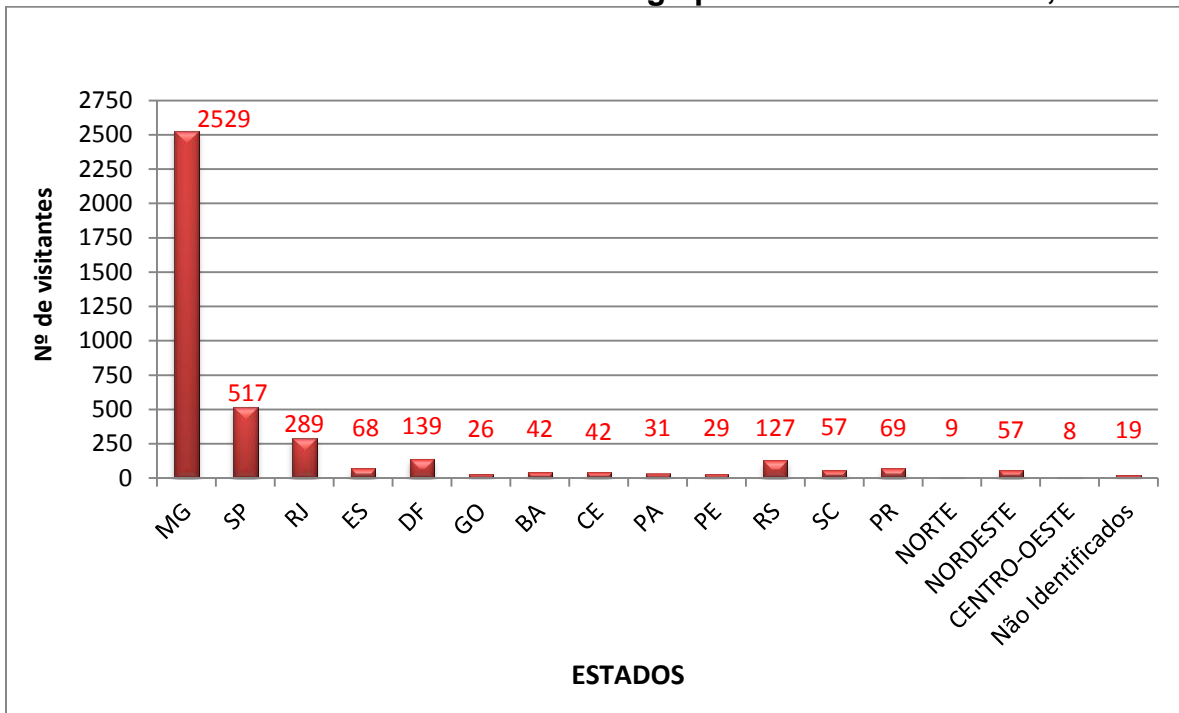
**Mapa 12 - Origem dos visitantes/turistas espontâneos no Museu Casa Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG, 2014.**



**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Casa Guimarães Rosa (2014).**

No mapa fica evidente o número significativo de visitantes de Minas Gerais em relação aos demais estados. Os estados da região Sudeste e o Sul apresentam um número maior de visitantes em relação às demais regiões do Brasil. Demonstrando que a área de influência do Município de Cordisburgo, é representada pelos estados mais próximos, sendo que estados mais distantes apresentam um número menor de visitantes.

Os estados com número de visitantes pouco representativos foram agrupados para uma melhor análise do Gráfico 05, que traz o fluxo de visitantes. Sendo os estados da Região Norte: Acre, Amazonas, Tocantins e Rondônia, a Região Nordeste: Alagoas, Maranhão, Paraíba, Rio Grande do Norte e Sergipe e da Região Centro-Oeste: Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

**Gráfico 5 - Fluxo turístico de Cordisburgo por estados brasileiros, 2014.**

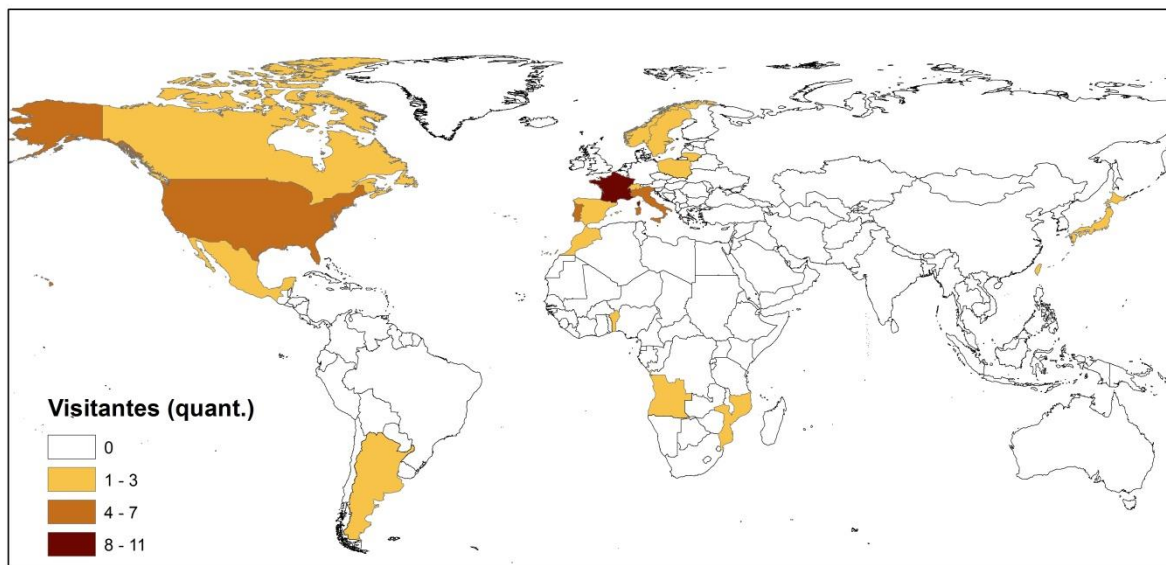
Fonte: Elaborado pela autora. (2015) com dados extraídos do Museu Casa Guimarães Rosa (2014).

Nota-se no Mapa 13 que a frequência de estrangeiros ainda é pequeno, o continente europeu apresenta um maior número de visitantes, seguidos do continente Americano, Africano e da Ásia.

O município de Cordisburgo ainda não consegue ser um produto turístico atrativo para os visitantes brasileiros e estrangeiros. Apesar de toda a sua importância científica, literária, o fator distância é um dos motivos a ser considerado pelo turista para a escolha de um destino.

### Mapa 13 - Origem dos visitantes/turistas internacionais no Museu Guimarães Rosa, Cordisburgo – MG, 2014.

ORIGEM DOS TURISTAS INTERNACIONAIS ESPONTÂNEOS DO  
MUSEU CASA GUIMARÃES ROSA - 2014  
MUNICÍPIO DE CORDISBURGO - MG



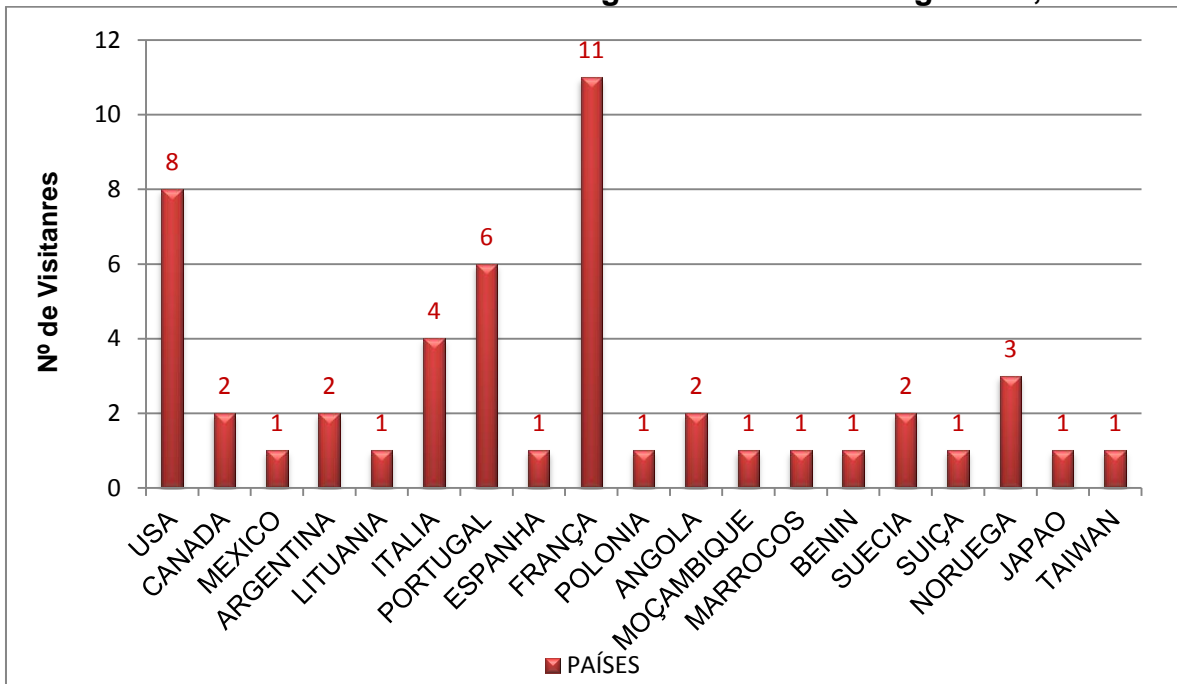
0 2.500 5.000 10.000 km

Coordinate System: GCS South American 1969  
Datum: South American 1969

Base: Mapas Acadêmicos - Soluções em Mapas  
Fonte: Livro de assinaturas Museu Casa Guimarães Rosa -  
Cordisburgo - 2014  
Organização: ABDO, Miriam Pères, 2015  
Elaboração: ABDO, Miriam Pères, 2015. PucMinas

**Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Guimarães Rosa (2014).**

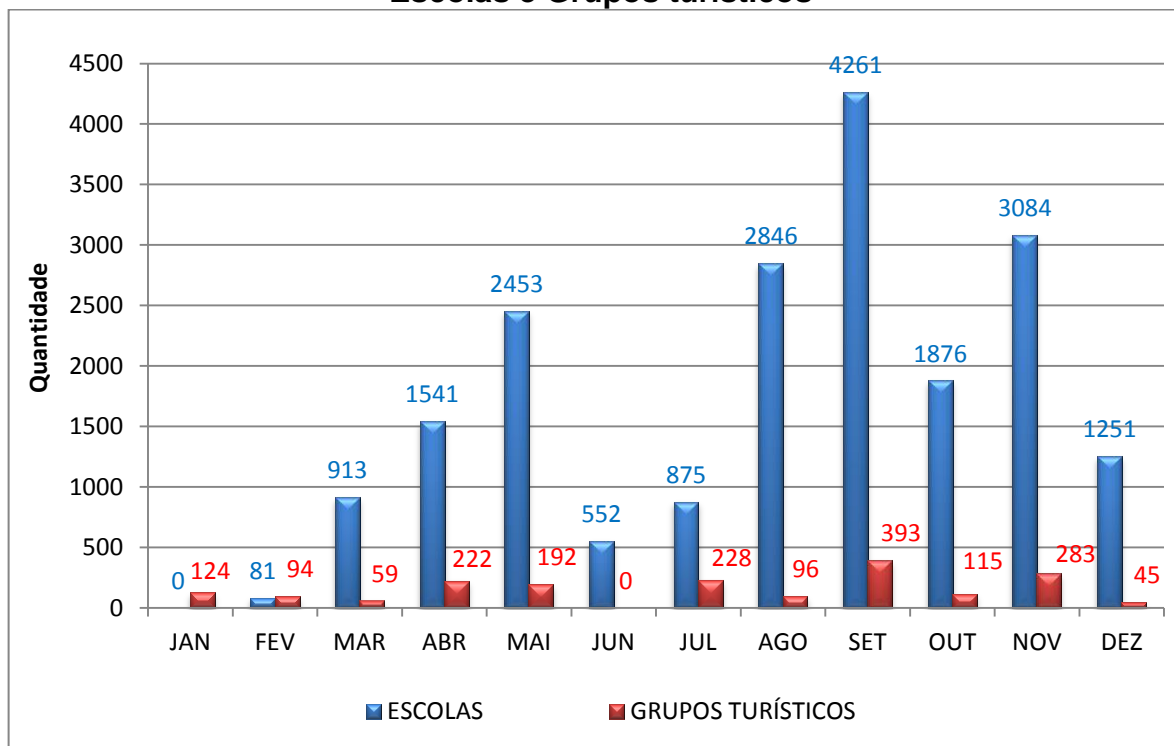
O Gráfico 6 demonstra os indivíduos oriundos dos países que mais visitaram o Museu: França, depois os Estados Unidos, Portugal, Itália, Noruega, seguidos do Canadá, Argentina, Angola, Suécia, México, Lituânia, Espanha, Polônia, Moçambique, Marrocos, Benin, Suíça, Japão e Taiwan.

**Gráfico 6 - Fluxo turístico de estrangeiros em Cordisburgo - MG, 2014.**

Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Guimarães Rosa (2014).

Nas visitas agendadas, o destaque é das escolas que frequentam o Museu durante todo o ano. Com a mesma característica das visitas espontâneas, estas não se mantêm regulares. Os meses com um maior número de estudantes foram maio, agosto, setembro e novembro, e os meses com o menor número foram janeiro, fevereiro e junho. Os grupos turísticos mantiveram uma maior regularidade de visitas ao longo do ano, apesar da baixa visitação. Destacam-se os meses de abril, maio, julho, setembro e novembro como os de maior visitação, sendo os demais meses aqueles que registram baixa frequência, como comprovado no Gráfico 7.

**Gráfico 7 - Visitantes agendados no Museu Casa Guimarães Rosa, 2014.  
Escolas e Grupos turísticos**

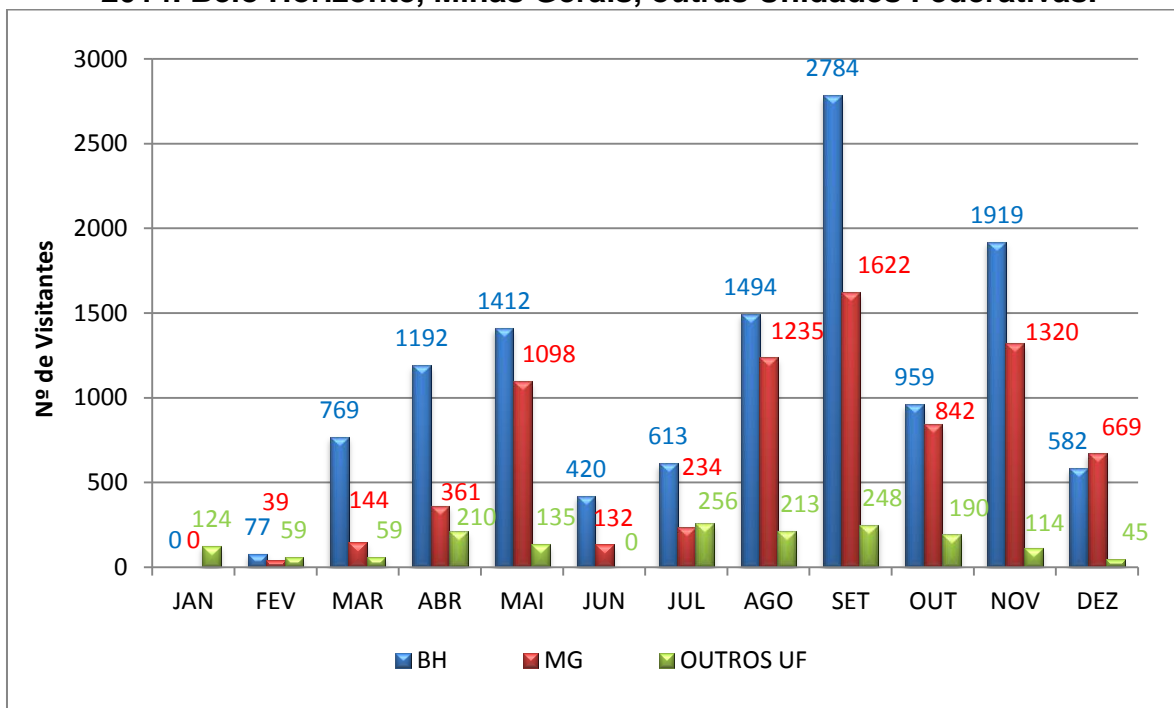


Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Guimarães Rosa (2014).

No gráfico 8 verifica-se que a maior quantidade de turistas agendados é de Belo Horizonte, em seguida aparece o restante do Estado de Minas Gerais, outros estados e outros países com um grupo de 14 visitantes no mês de novembro. Pela primeira vez o número total de visitantes, foi significativo.



**Gráfico 8 - Origem dos visitantes agendados no Museu Casa Guimarães Rosa, 2014. Belo Horizonte, Minas Gerais, outras Unidades Federativas.**



Fonte: Elaborado pela autora (2015) com dados extraídos do Museu Guimarães Rosa (2014).

Verifica-se que a visitação no Museu Casa Guimarães Rosa ao longo do ano de 2014, recebeu um maior número de estudantes, quando comparado com o de visitantes espontâneos (domésticos e estrangeiros) e os agendados (grupos turísticos). A origem destes visitantes é de Belo Horizonte e demais cidades de Minas Gerais, nos outros estados estes números ainda são baixos, registrando-se uma maior frequência de visitantes vindos da região sul em contraste com as demais regiões do Brasil. Existe uma baixa frequência de turistas estrangeiros, principalmente nos meses de fevereiro, março, junho e dezembro.

Após a análise dos dados coletados do Museu Guimarães Rosa referente à demanda turística da Cidade de Cordisburgo, o próximo capítulo apresentara o perfil socioeconômico e as percepções dos moradores, empreendedores, poder público, e turistas entrevistados, estes dados subsidiarão um diagnóstico referente às potencialidades e entraves relacionados à atividade turística e à experiência no dos turistas no município.

## 6.2 Perfil e percepção dos turistas e visitantes de Cordisburgo entrevistados nos principais atrativos turísticos do município

Visando complementar as informações apresentadas na seção anterior, questionários foram aplicados junto aos visitantes/turistas do Museu Casa Guimarães Rosa e da Gruta do Maquiné, sendo aqui apresentados e analisados de forma comparativa para melhor compreensão da demanda e da percepção dos mesmos.

### 6.2.1 Perfil socioeconômico

A Tabela 6 traz informações sobre o perfil socioeconômico dos visitantes/turistas. Nela verifica-se que o sexo feminino apresenta-se em maior proporção do que o masculino em ambos os atrativos turísticos, 54,61% e 61,73%, respectivamente.

**Tabela 6 - Gênero de sexo**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
MASCULINO	128	45,39	31	38,27
FEMININO	154	54,61	50	61,73
Total	282	100	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Em relação à faixa etária dos visitantes/turistas da Gruta do Maquiné, comparativamente aos do Museu Guimarães Rosa, este último apresentou um perfil etário mais envelhecido, onde mais da metade dos visitantes entrevistados apresentou idade superior a 40 anos. Os visitantes/turistas da Gruta, por sua vez, eram mais jovens, uma vez que mais de 50% deles têm idade até 40 anos (Tabela 7).

**Tabela 7 - Faixa etária**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
15-20	21	7,45	7	8,64
21-25	51	18,09	5	6,17
26-30	33	11,70	7	8,64
31-35	30	10,64	7	8,64
36-40	15	5,32	9	11,11
41-45	28	9,93	12	14,81
46-50	26	9,22	10	12,35
51 >	78	27,66	24	29,63
Total	282	100	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Quanto ao nível de escolaridade dos turistas o maior percentual encontra-se no nível superior e pós-graduação, nos dois grupos de visitantes/turistas entrevistados. Na Gruta do Maquiné, por sua vez, apresentou escolaridade equivalente ao ensino fundamental incompleto, apenas, 1,06% dos entrevistados, enquanto outros 3,55% apresentavam fundamental completo. No ensino médio incompleto figuravam 3,19% e no completo 15,96% dos respondentes. No Museu Guimarães a proporção de indivíduos com alta escolaridade se faz ainda mais notória, uma vez que 33,33% apresentavam curso superior completo, enquanto outros 48,15% tinham curso de pós-graduação (Tabela 8)

**Tabela 8 - Escolaridade**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Sem escolarização	2	0,71		
Fundamental incompleto	3	1,06	2	2,47
Fundamental completo	10	3,55		
Médio incompleto	9	3,19	2	2,47
Médio completo	45	15,96	4	4,94
Superior incompleto	59	20,92	7	8,64
Superior completo	80	28,37	27	33,33
Pós-Graduação	73	25,89	39	48,15
Não Respondeu	1	0,35		
Total	282	100	79	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

### 6.2.2 *Procedência dos visitantes/turistas entrevistados*

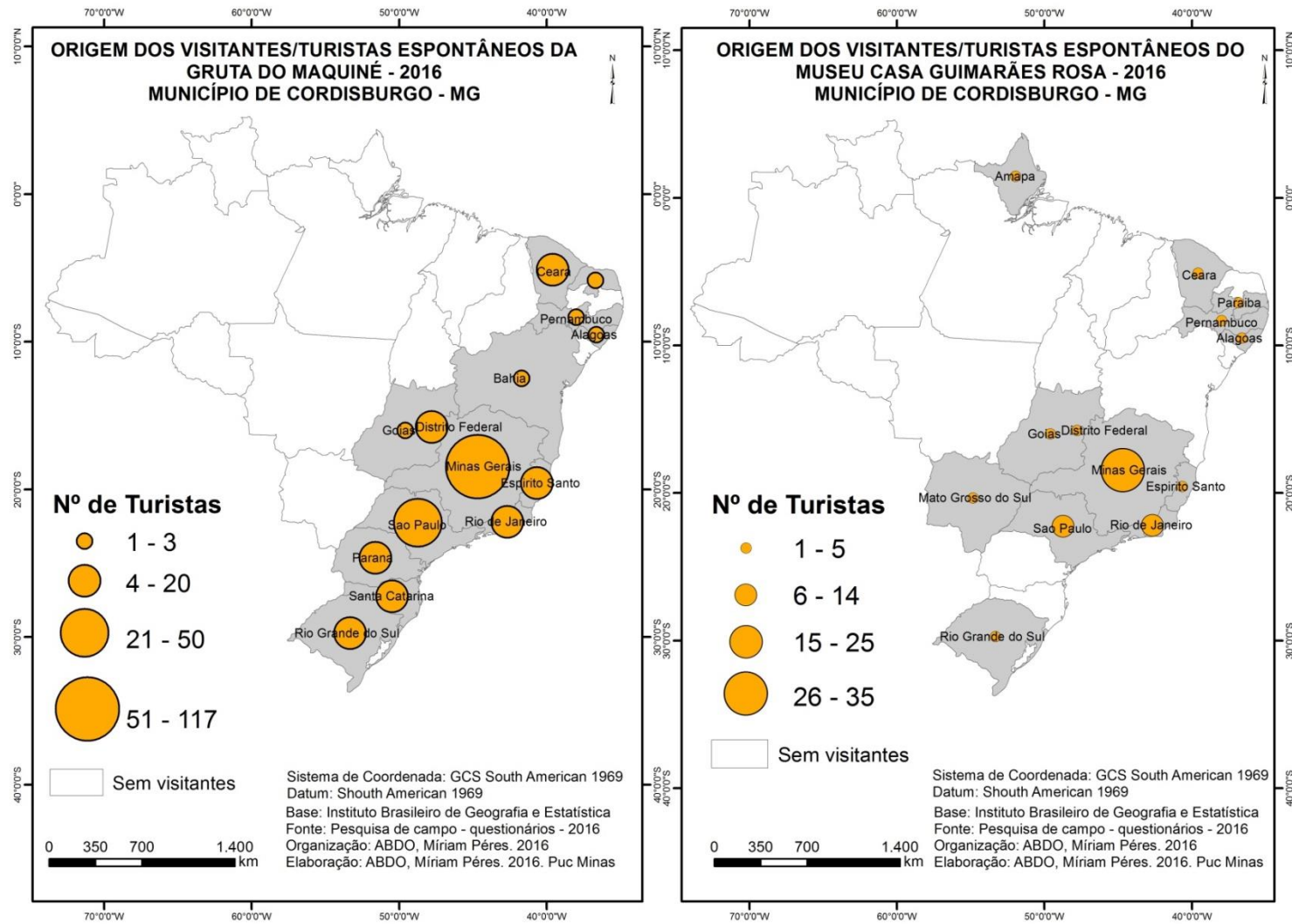
O Mapa 14 apresenta a origem e a quantidade de visitantes/turistas que visitaram a Gruta do Maquiné e Museu Guimarães Rosa, segundo o levantamento primário realizado em campo.

Os visitantes/turistas que visitaram a Gruta do Maquiné são principalmente de Minas Gerais com (41,49%), seguido por São Paulo com (17,73%), Rio de Janeiro com (7,09%), Distrito Federal com (6,03%), Rio Grande do Sul com (5,67%) e com um número menor os demais estados sendo Espírito do Santo com (3,55%), Ceará com (3,19%), Paraná com (3,19%), Santa Catarina com (2,84%), Pernambuco com (1,06%), Goiás com (0,71%) e apenas (0,35%) turista proveniente dos estados da Bahia, Alagoas e Rio Grande do Norte. Os visitantes/turistas estrangeiros estão a Uruguai, França, Itália, Estados Unidos da América e a Argentina. E ainda (3,90%) turistas não informaram o estado de origem.

Os visitantes/turistas que visitaram o Museu Guimarães Rosa em maior número foi Minas Gerais com (43,21%), seguindo por São Paulo com (17,28%), Rio de Janeiro com (8,64%), Distrito Federal e Espírito do Santo com (4,94%), Pernambuco com (3,70%) os demais estados com apenas (2,47%) turista cada são Amapá, Ceará, Mato Grosso do Sul, Pernambuco e com apenas (1,23%) turista cada os estados do Alagoas, Goiás e Rio Grande do Sul. Não informaram o estado de origem (3,70%) turistas.



**Mapa 14 - Origem dos visitantes/turistas espontâneos da Gruta do Maquiné e do Museu Guimarães Rosa, Município de Cordisburgo – MG.**



Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

### 6.2.3 Visitação

O meio de transporte mais utilizado pelos visitantes/turistas foi o automóvel particular, com um percentual de 68,40% entre os respondentes da Gruta do Maquiné e de 81,48% entre aqueles do Museu Guimarães Rosa. O transporte coletivo, público e/ou privado, compôs o restante dos meios de transporte identificados, sendo ônibus regular (2,10%) e ônibus turístico (25,20%) entre os visitantes da Gruta do Maquiné; e ônibus regular (4,94%) e ônibus turístico (9,88%) entre os visitantes do Museu Guimarães Rosa. (Tabela 9).

**Tabela 9 - Meios de transporte**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Carro	193	68,40	66	81,48
Ônibus regular	6	2,10	4	4,94
Ônibus turístico	71	25,20	8	9,88
Outros	11	3,90	2	2,47
Não Respondeu	1	0,40	1	1,23
Total	282	100	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Os dados da Tabela 10 destacam os acompanhantes durante a viagem aos destinos estudados. O maior percentual encontrado foram os visitantes que viajavam acompanhados de membros da família (82,62% na gruta e 72,84% no museu), seguido de amigos (10,64% na gruta e 23,46% no museu).

**Tabela 10 - Acompanhantes na viagem**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Familiares	233	82,62	59	72,84
Amigos	30	10,64	19	23,46
Colegas	6	2,13	1	1,23
Desacompanhado	8	2,84	1	1,23
Não Respondeu	5	1,77	1	1,23
Total	282	100	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Quando inquiridos acerca do número de visitas/turistas a Cordisburgo, o maior percentual de respostas foi daqueles que visitavam os atrativos turísticos pela primeira vez (79,40% na gruta e 82,72% no museu). Dentre aqueles que visitavam

pela segunda vez, destaquem-se os 10,60% da gruta e os 8,64% do museu. (tabela 11)

**Tabela 11 - Número de visitas a Cordisburgo - MG**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Primeira vez	224	79,40	67	82,72
Segunda vez	30	10,60	7	8,64
Terceira vez	7	2,50	2	2,47
Quarta vez e/ou +	18	6,40	5	6,17
Não Respondeu	3	1,10	0	0,00
Total	282	100,00	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Outro ponto abordado foi o tempo de frequência que os visitantes/turistas permaneciam em Cordisburgo. Total de 86,88% dos visitantes/turistas da Gruta do Maquiné permaneceram apenas um dia na cidade, comparados aos 79,01% dos visitantes/turistas do museu. Por outro lado, a proporção de visitantes/turistas que permaneceram dois ou mais dias em Cordisburgo é sensivelmente maior entre os respondentes do museu. (Tabela 12)

**Tabela 12 - Tempo de permanência em Cordisburgo - MG**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
1 dia	245	86,88	64	79,01
2 dias	7	2,48	9	11,11
3 ou mais dias	27	9,57	8	9,88
Não Respondeu	3	1,06		
Total	282	100	81	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Em relação ao tipo de hospedagem adotada pelos respondentes, destaquem-se aqueles que não iriam pernoitar na cidade (70,5 % dos visitantes da gruta e 63% do museu). Por sua vez, os turistas da Gruta do Maquiné que utilizaram hotel/pousada perfizeram 26,95 %, enquanto outros 2,48 % se hospedaram na casa de amigos. Esses percentuais são semelhantes entre os entrevistados do museu, 27,16% e 9,88%, respectivamente. (Tabela 13)



**Tabela 13 - Tipo de hospedagem**

	<b>GRUTA DO MAQUINÉ</b>		<b>MUSEU GUIMARÃES ROSA</b>	
	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Hotel/pousada	76	26,95	22	27,16
Casa de amigos	7	2,48	8	9,88
Não vai pernoitar	199	70,57	51	62,96
Total	282	100	81	100

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

#### *6.2.4 Percepção dos respondentes sobre a atividade turística*

Em relação aos atrativos turísticos do município de Cordisburgo apresentados aos visitantes/turistas, chama a atenção o fato de que os mais conhecidos estão localizados na cidade de Cordisburgo. Entretanto, poucos entrevistados disseram conhecer as Igrejas do município. Os atrativos naturais são pouco ou nada conhecidos, apesar dos entrevistados terem manifestado o interesse em conhecer os demais atrativos culturais/naturais. (Tabelas 14 e 15)

Tabela 14 - Atrativos turísticos do município de Cordisburgo – MG – Gruta do Maquiné

Atrativos Turísticos	GRUTA DO MAQUINÉ											
	Você conhece				Já visitou				Gostaria de visitar			
	Sim	(%)	Não	(%)	Sim	(%)	Não	(%)	Sim	(%)	Não	(%)
Caminhada Eco Literária	13	4,61	143	50,71	3	1,06	85	30,14	107	37,94	16	5,67
Capela Patriarca São José	33	11,70	132	46,81	12	4,26	76	26,95	84	29,79	23	8,16
Casa Elefante	101	35,82	87	30,85	27	9,57	84	29,79	102	36,17	16	5,67
Cachoeira do João Parriba	2	0,71	148	52,48	2	0,71	80	28,37	108	38,30	10	3,55
Cachoeira do Fio	5	1,77	140	49,65	2	0,71	76	26,95	104	36,88	9	3,19
Gruta do Maquiné	249	88,30	8	2,84	179	63,48	10	3,55	91	32,27	1	0,35
Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus	28	9,93	130	46,10	11	3,90	73	25,89	83	29,43	19	6,74
Igreja do Nossa Senhora Rosário	11	3,90	143	50,71	4	1,42	77	27,30	90	31,91	25	8,87
Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa	7	2,48	145	51,42	2	0,71	76	26,95	88	31,21	24	8,51
Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita	5	1,77	144	51,06	1	0,35	80	28,37	89	31,56	25	8,87
Estação Ferroviária	52	18,44	109	38,65	19	6,74	68	24,11	96	34,04	15	5,32
Lagoa dos Currais	5	1,77	151	53,55	0	0,00	78	27,66	98	34,75	17	6,03
Lagoa do Jaime Diniz	2	0,71	151	53,55	0	0,00	77	27,30	94	33,33	19	6,74
Manifestações populares	7	2,48	146	51,77	2	0,71	79	28,01	94	33,33	17	6,03
Morro do Urubu	2	0,71	148	52,48	0	0,00	80	28,37	96	34,04	17	6,03
Museu Casa Guimarães Rosa	94	33,33	81	28,72	51	18,09	57	20,21	102	36,17	8	2,84
Museu da Gruta de Maquiné	164	58,16	85	30,14	112	39,72	52	18,44	89	31,56	7	2,48
Poço Azul	5	1,77	148	52,48	4	1,42	81	28,72	98	34,75	12	4,26
Pedreira do Jovem	1	0,35	146	51,77	2	0,71	79	28,01	96	34,04	18	6,38
Portal Grande Sertão	40	14,18	120	42,55	28	9,93	67	23,76	91	32,27	15	5,32
Semana Roseana	12	4,26	138	48,94	4	1,42	78	27,66	92	32,62	19	6,74
Zoológico de pedra Peter Lund	43	15,25	108	38,30	16	5,67	70	24,82	99	35,11	15	5,32
Total	282											

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Tabela 15 - Atrativos Turísticos do Município de Cordisburgo – MG – Museu Guimarães Rosa

Atrativos Turísticos	MUSEU GUIMARÃES ROSA											
	Você conhece				Já visitou				Gostaria de visitar			
	Sim	(%)	Não	(%)	Sim	(%)	Não	(%)	Sim	(%)	Não	(%)
Caminhada Eco Literária	7	8,64	58	71,60	1	1,23	40	49,38	46	56,79	4	4,94
Capela Patriarca São José	17	20,99	47	58,02	9	11,11	30	37,04	35	43,21	8	9,88
Casa Elefante	36	44,44	29	35,80	12	14,81	29	35,80	37	45,68	6	7,41
Cachoeira do João Parriba	2	2,47	56	69,14	0	0,00	34	41,98	47	58,02	1	1,23
Cachoeira do Fio	2	2,47	54	66,67	1	1,23	33	40,74	45	55,56	2	2,47
Gruta do Maquiné	54	66,67	10	12,35	40	49,38	12	14,81	35	43,21	0	0,00
Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus	14	17,28	47	58,02	9	11,11	34	41,98	34	41,98	8	9,88
Igreja do Nossa Senhora Rosário	4	4,94	55	67,90	4	4,94	36	44,44	34	41,98	9	11,11
Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa	4	4,94	55	67,90	2	2,47	34	41,98	32	39,51	9	11,11
Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita	1	1,23	56	69,14	0	0,00	36	44,44	33	40,74	10	12,35
Estação Ferroviária	35	43,21	29	35,80	19	23,46	24	29,63	32	39,51	2	2,47
Lagoa dos Currais	2	2,47	59	72,84	1	1,23	34	41,98	36	44,44	4	4,94
Lagoa do Jaime Diniz	1	1,23	56	69,14	2	2,47	36	44,44	34	41,98	4	4,94
Manifestações populares	4	4,94	54	66,67	2	2,47	36	44,44	33	40,74	7	8,64
Morro do Urubu	0	0,00	55	67,90	0	0,00	36	44,44	31	38,27	6	7,41
Museu Casa Guimarães Rosa	54	66,67	10	12,35	48	59,26	6	7,41	26	32,10	0	0,00
Museu da Gruta de Maquiné	43	53,09	17	20,99	30	37,04	17	20,99	27	33,33	1	1,23
Poço Azul	0	0,00	60	74,07	0	0,00	38	46,91	44	54,32	1	1,23
Pedreira do Jovem	1	1,23	58	71,60	0	0,00	37	45,68	32	39,51	6	7,41
Portal Grande Sertão	30	37,04	31	38,27	15	18,52	24	29,63	32	39,51	2	2,47
Semana Roseana	8	9,88	52	64,20	4	4,94	35	43,21	37	45,68	4	4,94
Zoológico de pedra Peter Lund	27	33,33	36	44,44	14	17,28	29	35,80	38	46,91	3	3,70
Total	81											

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Em relação à percepção dos atrativos turísticos foi solicitado aos entrevistados que avaliassem os seguintes temas: a sinalização, a localização/acesso, a informação e receptivo turístico, os equipamentos de hotelaria, os equipamentos de alimentação, os centros de artesanatos, a infraestrutura urbana e o receptivo turístico, com o intuito de saber se eles são adequados, parcialmente adequados ou não adequados.

A sinalização dos atrativos foi considerada adequada pela maioria dos respondentes dos dois grupos (55,32% da gruta e 45,68% do museu). A sinalização atende parcialmente a 23,40% dos turistas/visitantes da gruta e 34,57% daqueles do museu. Por outro lado, a sinalização foi considerada inadequada por 8,16% dos entrevistados na gruta e 9,88% no museu. (Tabela 16)

**Tabela 16 - A sinalização dos atrativos é adequada?**

	Sim	(%)	Parcialmente	(%)	Não	(%)	Não respondeu	(%)
Gruta do Maquiné	156	55,32	66	23,40	23	8,16	37	13,12
Museu Guimarães Rosa	37	45,68	28	34,57	8	9,88	8	9,88

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016)

Os dados referentes à localização/acesso dos atrativos revelam que a maioria dos membros dos dois grupos considera adequada (66,31% da Gruta e com 58,02% do Museu). No entanto, a localização/acesso foi considerada inadequada para 6,74% dos entrevistados na gruta e 4,94% no museu. (Tabela 17)

**Tabela 17 - A localização/acesso dos atrativos é adequada?**

	Sim	(%)	Parcialmente	(%)	Não	(%)	Não respondeu	(%)
Gruta do Maquiné	187	66,31	39	13,83	19	6,74	37	13,12
Museu Guimarães Rosa	47	58,02	18	22,22	4	4,94	12	14,81

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016)

A avaliação da informação turística obteve percentuais de aprovação menores, tendo sido considerada adequada por 46,45% dos entrevistados na gruta e 44,44% no museu). Conseqüentemente, a proporção de insatisfeitos é maior: 17,73% dos turistas/visitantes da gruta e 18,52% do museu). (Tabela 18)

**Tabela 18 - A informação turística é adequada**

	<b>Sim</b>	<b>(%)</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>(%)</b>	<b>Não</b>	<b>(%)</b>	<b>Não respondeu</b>	<b>(%)</b>
Gruta do Maquiné	131	46,45	64	22,70	50	17,73	37	13,12
Museu Guimarães Rosa	36	44,44	18	22,22	15	18,52	12	14,81

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

O dado referente aos equipamentos de hospedagem indica um percentual ainda menor de aprovação. Note-se que apenas 23,76% dos entrevistados na gruta e 22,22% no museu consideram os equipamentos adequados. Deve-se, no entanto, tomar cuidado, uma vez que boa parte dos respondentes não fez uso desses equipamentos, não sendo possível a realização de uma avaliação. Por este mesmo motivo, a proporção daqueles que não responderam à questão é expressiva (61,35% na gruta e 55,56% no museu). (Tabela 19)

**Tabela 19 - Os equipamentos de hospedagem são adequados?**

	<b>Sim</b>	<b>(%)</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>(%)</b>	<b>Não</b>	<b>(%)</b>	<b>Não respondeu</b>	<b>(%)</b>
Gruta do Maquiné	67	23,76	33	11,70	9	3,19	173	61,35
Museu Guimarães Rosa	18	22,22	15	18,52	3	3,70	45	55,56

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

O mesmo fenômeno pode ser observado na avaliação dos equipamentos de alimentação. Como boa parte dos visitantes não fez uso desses equipamentos, 49,65% dos entrevistados na gruta e 35,80% no museu não responderam à pergunta. Isso faz com que o índice de aprovação ficasse em 31,21% entre os visitantes/turistas da gruta e 39,51% do museu. (Tabela 20)

**Tabela 20 - Os equipamentos de alimentação são adequados**

	<b>Sim</b>	<b>(%)</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>(%)</b>	<b>Não</b>	<b>(%)</b>	<b>Não respondeu</b>	<b>(%)</b>
Gruta do Maquiné	88	31,21	38	13,48	16	5,67	140	49,65
Museu Guimarães Rosa	32	39,51	15	18,52	5	6,17	29	35,80

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Na avaliação dos centros de artesanato notou-se uma significativa discrepância entre os grupos. Enquanto os turistas/visitantes da gruta aprovaram os centros em uma taxa de 48,58%, apenas 27,16% dos turistas/visitantes do museu tiveram a mesma opinião. (tabela 21)

**Tabela 21 - Os centros de artesanatos são adequados?**

	Sim	(%)	Parcialmente	(%)	Não	(%)	Não respondeu	(%)
Gruta do Maquiné	137	48,58	40	14,18	9	3,19	96	34,04
Museu Guimarães Rosa	22	27,16	22	27,16	8	9,88	29	35,80

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Observam-se resultados similares quando o tema é a infraestrutura urbana. Os visitantes/turistas da gruta apresentam uma avaliação mais positiva (50,71%), enquanto apenas 29,69% dos entrevistados no museu compartilham da mesma opinião. O nível de escolarização mais elevado, revelado anteriormente nesta dissertação, pode estar por trás desses resultados, tendo em vista o maior nível de exigência e expectativas por parte dos visitantes do museu. (Tabela 22)

**Tabela 22 - A infraestrutura urbana é adequada?**

	Sim	(%)	Parcialmente	(%)	Não	(%)	Não respondeu	(%)
Gruta do Maquiné	143	50,71	47	16,67	18	6,38	74	26,24
Museu Guimarães Rosa	24	29,63	34	41,98	3	3,70	20	24,69

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

A avaliação do receptivo turístico contemplou percentuais de aprovação de 56,03% entre os entrevistados da gruta e 41,98% do museu. Os insatisfeitos perfizeram 7,80% dos turistas/visitantes da gruta e 9,88% do museu. (Tabela 23)

**Tabela 23 - O receptivo turístico é adequado?**

	Sim	(%)	Parcialmente	(%)	Não	(%)	Não respondeu	(%)
Gruta do Maquiné	158	56,03	50	17,73	22	7,80	52	18,44
Museu Guimarães Rosa	34	41,98	20	24,69	8	9,88	19	23,46

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

A avaliação da hotelaria em Cordisburgo revela resultados interessantes, uma vez que apenas 2,48% dos entrevistados da gruta e 8,64% do museu consideram os serviços adequados. O nível de desaprovação é semelhante, contabilizando 2,13% dos entrevistados da gruta e 1,23% do museu. O maior percentual de respostas é daqueles que não responderam, uma vez que boa parte dos entrevistados não pernitoou em Cordisburgo. (Tabela 24)

**Tabela 24 - Hotelaria do município de Cordisburgo - MG**

	<b>Sim</b>	<b>(%)</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>(%)</b>	<b>Não</b>	<b>(%)</b>	<b>Não respondeu</b>	<b>(%)</b>
Gruta do Maquiné	7	2,48	32	11,35	6	2,13	237	84
Museu Guimarães Rosa	7	8,64	13	16,05	1	1,23	60	74,07

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

Com relação às respostas às perguntas abertas dos dois grupos de visitantes/turistas da Gruta do Maquiné e do Museu Guimarães Rosa, foram agrupadas de acordo com a sua similaridade, com o fim de facilitar a análise e a tabulação das respostas. Assim, os aspectos positivos foram agrupados da seguinte forma: os atrativos turísticos (a Casa Elefante, a Estação Ferroviária, a Gruta do Maquiné, o Museu da Gruta do Maquiné e o Museu Guimarães Rosa); o município (a cidade, a estrada, a limpeza, a população, a sinalização e acessibilidade); e o meio ambiente (o bioma, o clima e a geologia). As demais respostas são relacionadas à cultura mineira, religiosidade, bares, restaurantes, o Hotel Arraial do Conto e os guias do local.

Apresentando os resultados vinculados a cada grupo de entrevistados, os aspectos positivos que mais agradaram aos visitantes/turistas foram os atrativos turísticos (41,64% da gruta e 24,32% do museu); o município (21,99% da gruta e 25,23% do museu); o meio ambiente (9,68% da gruta e 2,70% do museu); e o grupo Miguilim (1,76% da gruta e 6,31% do museu). (Tabela 25)

**Tabela 25 - Aspectos positivos respondidos pelos visitantes/turistas**

Aspectos positivos	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Não respondeu/não sabia avaliar	142	41,64	27	24,32
Atrativos Turísticos	79	23,17	46	41,44
Município	75	21,99	28	25,23
Meio ambiente	33	9,68	3	2,70
Grupo Miguilim	6	1,76	7	6,31
Preservação/valorização	6	1,76	0	0
Total	341	100	111	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Por sua vez, os aspectos negativos foram agrupados da seguinte forma: atrativos turísticos (Casa Elefante, Museu da Gruta do Maquiné, Museu Guimarães) infraestrutura (agência bancária, hotéis, restaurantes, artesanato, sanitário público, Centro de Atendimento ao Turista); município (divulgação, má conservação dos atrativos turísticos, comércio sem cartão débito/crédito, cidade, acesso a internet, sinalização); e demais respostas: (caixa de som dos carros (à noite), falta de atrativos noturnos, grupos grandes visitando a gruta, falta de local para comprar obras de Guimarães Rosa).

Os aspectos negativos mais citados pelos visitantes/turistas dizem respeito aos atrativos turísticos, à infraestrutura e o município. Os atrativos turísticos foram citados por 1,27% dos entrevistados da gruta, o Grupo de Miguilim foi citado por 0,42% da gruta, a infraestrutura foi citada por 15,52% dos entrevistados da gruta e 8,20% do museu; enquanto o município foi lembrado por 12,07% dos entrevistados da gruta e 34,43% do museu (Tabela 26)

**Tabela 26 - Aspectos negativos respondidos pelos visitantes/turistas**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Não respondeu	168	72,41	35	57,38
Infraestrutura	36	15,52	5	8,20
Município	28	12,07	21	34,43
Total	232	100	61	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Por coincidirem os dados de Infraestrutura com os aspectos negativos, foram agrupados em tabela única com mesma interpretação. As demais respostas obtidas

somente dos visitantes/turistas da Gruta do Maquiné são poucos e/ou mal explorados: Bioma, eventos culturais, organização local, produtos artesanais, turismo rural.

Em relação ao que falta na cidade, os visitantes/turistas apontaram a infraestrutura (18,30% da gruta e 31,87% do museu) e o município (13,07% da gruta e 23,08% do museu) (Tabela 27)

**Tabela 27 - O que falta na infraestrutura da cidade Cordisburgo – MG**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Não respondeu	194	63,40	38	41,76
Infraestrutura	56	18,30	29	31,87
Município	40	13,07	21	23,08
Nenhum	16	5,23	3	3,30
Total	306	100	91	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

As sugestões oferecidas pelos respondentes foram agrupadas da seguinte forma: infraestrutura (agência bancária, transporte público/turístico, vias urbanas (melhorias), preservação do patrimônio cultural/natural, recuperação da estação ferroviária, restaurantes, hospedagem, melhorias na estrutura turística); e município (acessibilidade, comércio de artesanato, divulgação, informação turística da cidade (CAT), limpeza, opção de lazer, maior investimento (público/privado), sinalização turística). As demais respostas contabilizadas apenas entre os turistas da Gruta do Maquiné são: cartografia (gastronômica, artesãs), equipamento de proteção individual (EPI), eventos culturais, mapa dos atrativos, passarela nos salões da gruta, turismo rural.

As sugestões apresentadas pelos visitantes/turistas contemplam aspectos vinculados ao município (33,00% da gruta e 47,92% do museu) e à infraestrutura (9,00% da gruta e 20,83% do museu). (Tabela 28)



**Tabela 28 - Sugestões para tornar a cidade melhor adequada ao turismo**

	GRUTA DO MAQUINÉ		MUSEU GUIMARÃES ROSA	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Não respondeu	168	56,00	29	30,21
Município	99	33,00	46	47,92
Infraestrutura	27	9,00	20	20,83
Nenhuma sugestão	6	2,00	1	1,04
Total	300	100	96	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

### 6.2.5 pontos de vista diversos sobre a atividade turística em Cordisburgo

Nesta seção apresentam-se os resultados referentes ao levantamento das impressões de distintos atores sobre a atividade turística em Cordisburgo. Aqui serão enfatizados os olhares dos moradores, representantes do poder público e dos empreendedores do setor. Inicialmente serão discutidos os perfis socioeconômicos dos atores, seguidos das impressões que trazem acerca da atividade turística.

#### 6.3.1 O perfil socioeconômico dos atores

Os entrevistados do poder público trabalham na Prefeitura de Cordisburgo (Gabinete do Prefeito, Secretaria de Turismo, Ecologia e Meio Ambiente e Câmara Municipal), na Polícia Civil de Minas Gerais, na Secretaria de Segurança Pública de Minas – Polícia Militar, na Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais e no Instituto Estadual de Florestas. Eles ocupam os seguintes cargos: Prefeito, Vice-Prefeito, Secretária de Turismo, Ecologia e Meio Ambiente, Vereador, Delegado de Polícia, Cabo da Polícia Militar de Minas Gerais, Coordenador do Museu Guimarães Rosa e Gerente de Unidade de Conservação.

Por sua vez, a Tabela 29 traz informações sobre o perfil socioeconômico dos demais agentes, indicando a preponderância do sexo masculino entre todos os entrevistados: moradores (61,90%), empreendedores (62,50%) e poder público (87,50%).

**Tabela 29 - Sexo dos respondentes**

	MORADORES		EMPREENDEDOR		PODER PÚBLICO	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Masculino	13	61,90	5	62,50	7	87,50
Feminino	8	38,10	3	37,50	1	12,50
Total	21	100	8	100,0	8	100,0

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Em relação à faixa etária dos entrevistados nota-se que o maior percentual está acima de 51 anos, representados por moradores com 80,95%, empreendedores com 62,50% e o representes poder público com 50%, caracterizando um perfil de adultos e maior idade. Os demais entrevistados variam entre 26 e 50 anos, sendo que o maior porcentual está na faixa de 36 a 40 anos, representantes 25% do poder público (Tabela 30)

**Tabela 30 - Faixa etária**

	MORADORES		EMPREENDEDORES		PODER PÚBLICO	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
15 - 20 anos						
21 - 25 anos						
26 - 30 anos					1	12,50
31 - 35 anos			1	12,50		
36 - 40 anos	1	4,76	1	12,50	2	25,00
41 - 45 anos	1	4,76				
46 – 50 anos	2	9,52	1	12,50	1	12,50
Acima de 51 anos	17	80,95	5	62,50	4	50,00
Não respondeu						
Total	21	100	8	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Quanto ao nível de escolaridade dos entrevistados, a maior concentração percentual escolar está no nível superior entre os moradores (28,57%), os empreendedores (25%) e os agentes do poder público (37,50%). O maior percentual de indivíduos com pós-graduação figura entre os agentes do poder público (37,50%); seguidos do ensino médio completo entre os empreendedores (37,50%); ensino fundamental incompleto entre os empreendedores (25%); e ensino fundamental completo (23,81%) e incompleto (19,05%) entre os moradores. (Tabela 31)

**Tabela 31 - Nível escolar**

	MORADORES		EMPREENDEDORES		PODER PÚBLICO	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Sem escolarização	1	4,76				
Fundamental incompleto	1	4,76	2	25,0		
Fundamental completo	5	23,81			1	12,50
Médio incompleto	4	19,05				
Médio completo	3	14,29	3	37,50		
Superior incompleto	1	4,76			1	12,50
Superior completo	6	28,57	2	25,0	3	37,50
Pós-Graduação			1	12,50	3	37,50
Total	21	100	8	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Segundo os dados da Tabela 32 o maior percentual dos entrevistados nasceu em Cordisburgo (61,90% dos moradores e 62,50% dos empreendedores) e os que não nasceram compõem (38,10% dos moradores e 37,50% dos empreendedores)

**Tabela 32 - Moradores e empreendedores que nasceram em Cordisburgo - MG<sup>23</sup>**

	MORADORES		EMPREENDEDORES	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Sim	13	61,90	5	62,50
Não	8	38,10	3	37,50
Total	21	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Os dados da Tabela 33 destacam o tempo de residência demonstrando que o maior percentual esta acima de 21 anos (85,71% dos moradores e 87,50% dos empreendedores), seguidos 11 a 20 anos (9,52% dos moradores e 12,50% dos empreendedores) e com 5 a 10 anos, contemplando 4,76% dos moradores.

<sup>23</sup> Perguntas realizadas exclusivamente para moradores e empreendedores

**Tabela 33 - Tempo de residência em Cordisburgo - MG<sup>24</sup>**

	MORADORES		DEMPREENDEDORES	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
5-10 anos	1	4,76		
11-20 anos	2	9,52	1	12,50
21 >	18	85,71	7	87,50
Total	21	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Especificamente em relação aos moradores, destaque-se que o percentual de entrevistados que disseram trabalhar em Cordisburgo de 95,24%, e os que não trabalhavam de 4,76%. (Tabela 34)

**Tabela 34 - Você trabalha em Cordisburgo-MG?<sup>25</sup>**

	Quantidade	(%)
Sim	20	95,24
Não	1	4,76
Total	21	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

As atividades profissionais, apresentadas na Tabela 35, demonstram que entre os moradores entrevistados, 19% estão classificados como fazendeiro/produtor rural/pecuária de leite; com 14,29% encontravam-se os artesãos e os aposentados. As demais profissões contabilizaram 52,38% dos respondentes, figurando as seguintes profissões: do lar; proprietário de bar, turismo literário, advocacia/magistério, responsável e assistente do Lar dos Idosos Sagrado Coração de Jesus, segurança pública, proprietária de salão de beleza, professora (zona rural), gerente de fazenda (alambiqueiro) e agente comunitário.

**Tabela 35 - Profissão <sup>26</sup>**

	Quantidade	(%)
Demais profissões	11	52,38
Fazendeiro/produtor rural/pecuária de leite	4	19,05
Aposentados	3	14,29
Artesanato (artesã)	3	14,29
Total	21	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

<sup>24</sup> Perguntas realizadas exclusivamente para moradores e empreendedores

<sup>25</sup> Pergunta realizada exclusivamente para os moradores

<sup>26</sup> Pergunta realizada exclusivamente para os moradores

Em relação especificamente aos empreendedores entrevistados, a maior proporção dos respondentes encontra-se no ramo da hotelaria (62,50%), seguidos dos donos de restaurantes com 37,50%. (Tabela 36)

**Tabela 36 - Ramo de atividade<sup>27</sup>**

	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Hotelaria	5	62,50
Restaurante	3	37,50
Total	8	100

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

Boa parte dos empreendedores encontrava-se vinculado a empresas tradicionais em Cordisburgo. Note-se a existência empresas antigas com 50 anos (12,50%), 45 anos (12,50%), 12 anos (12,50%) e 10 anos (50%), sendo a mais jovem com três anos de existência (12,50%). (Tabela 37)

**Tabela 37 - Tempo da empresa<sup>28</sup>**

	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
50 anos	1	12,50
45 anos	1	12,50
12 anos	1	12,50
10 anos	4	50,00
3 anos	1	12,50
Total	8	100

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

De acordo com os empreendedores entrevistados, os seus clientes possuíam o seguinte perfil: empresas/viajantes/vendedores, com 26,67%; turistas, com 20,00%; estudantes, com 13,33% e moradores com 6,67%. (Tabela 38)

<sup>27</sup> Pergunta realizada exclusivamente para os empreendedores

<sup>28</sup> Pergunta realizada exclusivamente para os empreendedores

**Tabela 38 - Perfil dos clientes<sup>29</sup>**

	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Demais respostas	5	33,33
Empresas/viajantes/vendedores	4	26,67
Turistas	3	20,00
Estudantes	2	13,33
Moradores	1	6,67
Total	15	100

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

Todos empreendedores afirmaram que os estabelecimentos sofrem com as mudanças sazonais, sendo que em épocas de férias, feriados prolongados, festivais (Ano Novo, Semana Santa, Carnaval, Semana Roseana) e festas religiosas, há um aumento no número de turistas na cidade. A época com menor número refere-se ao ano letivo escolar. Um dado relevante é que os usuários destes serviços são principalmente as empresas/viajantes/vendedores. Apesar de o município receber um número significativo de turistas, os mesmos não se utilizam destes serviços.

### *6.3.2 percepções de representantes do poder público, moradores e empreendedores acerca dos benefícios vinculados ao turismo.*

Foi apresentada aos moradores e empreendedores entrevistados uma lista de atrativos turísticos (Tabela 39), para que eles pudessem responder quais eram por eles conhecidos. Percebe-se que em linhas gerais, os atrativos turísticos do município são conhecidos pelos entrevistados, principalmente os culturais e religiosos. Outro dado importante observado foi em relação aos atrativos turísticos naturais, que a maioria dos entrevistados não conhecia, como a cachoeira do João Parriba, cachoeira do Fio, Morro do Urubu, Poço Azul e a Pedreira do Jovem, apesar de apresentarem longa residência no município.

<sup>29</sup> Pergunta realizada exclusivamente para os empreendedores

**Tabela 39 - Atrativos turísticos do município de Cordisburgo - MG**

Atrativos Turísticos	MORADORES				EMPREENDEDORES			
	Sim	(%)	Não	(%)	Sim	(%)	Não	(%)
Caminhada Eco Literária	19	90,48	2	9,52	8	100	0	0
Capela Patriarca São José	21	100	0	0	8	100	0	0
Casa Elefante	21	100	0	0	8	100	0	0
Cachoeira do João Parriba	11	52,38	10	47,62	5	62,5	3	37,5
Cachoeira do Fio	12	57,14	9	42,86	5	62,5	3	37,5
Gruta do Maquiné	21	100	0	0	8	100	0	0
Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus	21	100	0	0	8	100	0	0
Igreja do Nossa Senhora Rosário	21	100	0	0	8	100	0	0
Igreja Matriz de Santo Antônio de Lagoa Bonita	20	95,24	1	4,76	6	75	2	25
Igreja Nossa Senhora do Rosário, de Lagoa Bonita	19	90,48	2	9,52	6	75	2	25
Estação Ferroviária	21	100	0	0	8	100	0	0
Lagoa dos Currais	14	66,67	7	33,33	8	100	0	0
Lagoa do Jaime Diniz	12	57,14	9	42,86	4	50	4	50
Manifestações populares	20	95,24	1	4,76	6	75	2	25
Morro do Urubu	9	42,86	12	57,14	3	37,5	5	62,5
Museu Casa Guimarães Rosa	21	100	0	0	8	100	0	0
Museu da Gruta do Maquiné	20	95,24	1	4,76	8	100	0	0
Poço Azul	10	47,62	11	52,38	3	37,5	5	62,5
Pedreira do Jovem	11	52,38	10	47,62	1	12,5	7	87,5
Portal Grande Sertão	21	100	0	0,00	8	100	0	0
Semana Roseana	20	95,24	1	4,76	8	100	0	0
Zoológico de Pedra Peter Lund	21	100	0	0	8	100	0	0
Total	21				8			

**Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).**

Uma vez detectado o nível de conhecimento acerca dos atrativos turísticos, buscou-se levantar a impressão dos entrevistados acerca do potencial da atividade no município.

Quando perguntados se a atividade turística deveria ser fomentada em Cordisburgo, todos os representantes do poder público responderam que sim, em razão dos atrativos naturais e culturais, além dos atrativos turísticos mais conhecidos como a Gruta do Maquiné e o Museu Guimarães Rosa, mas salientaram que existem outros atrativos que precisam ser melhores explorados e divulgados. Isto é importante para a melhoria da economia, para a geração de emprego e intercâmbio de experiências. Um aspecto que merece ser destacado é o fato de que todos os moradores entrevistados são favoráveis à atividade turística em Cordisburgo.

Em relação à questão sobre os benefícios que a atividade turística pode trazer para Cordisburgo, os representantes do poder público afirmam que a mesma gera emprego, promove melhorias na saúde, na educação, na infraestrutura e no aumento da arrecadação. Acrescentaram que a principal atividade do município tem grande potencial, uma vez que o turismo rural não foi, ainda, implementado. Por outro lado, outros entrevistados consideram que atualmente o turismo gera poucos empregos, haja vista que eles visitam a cidade por um dia não se hospedam. O turismo não é explorado de forma maciça, e poucas pessoas estão envolvidas. Um entrevistado não respondeu. Com relação à contribuição do turismo para a promoção e divulgação do município, os representantes do poder público acreditam que isso vem acontecendo através da rede de televisão, porém de forma tímida. Os atrativos turísticos como a Gruta do Maquiné e o Museu Guimarães não aparecerem associados ao município de Cordisburgo.

Ainda em relação à questão sobre os benefícios que a atividade turística pode trazer para Cordisburgo, as respostas dos moradores e empreendedores entrevistados demonstraram que a atividade traria melhorias na economia/renda/comércio (44,44% dos moradores e empreendedores), resultando na melhoria da qualidade de vida (19,44% dos moradores), promovendo a geração de emprego (19,44% dos moradores e 22,22% dos empreendedores) e possibilitando a divulgação da cidade (8,33% dos moradores e 33,33% dos empreendedores). As demais respostas se referem à melhoria na infraestrutura, na hotelaria e nos restaurantes, à necessidade de investimentos do poder público e da população, à promoção do intercâmbio visitantes/moradores, à melhoria cultural da população e o progresso. (Tabela 40)

**Tabela 40 - Benefícios da atividade turística para Cordisburgo – MG**

	MORADORES		EMPREENDEDORES	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Melhoria da economia/renda/comércio	16	44,44	4	44,44
Melhoria na qualidade de vida/saúde/educação	7	19,44		
Geração de emprego	7	19,44	2	22,22
Demais respostas	3	8,33	3	33,33
Divulgação da cidade	3	8,33		
Total	36	100	9	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).



Dentre os aspectos que deveriam ser explorados pela atividade turística em Cordisburgo, segundo os moradores, figuram o turismo cultural/rural, apontado em 30% das respostas; a gastronomia, com 10%; a divulgação dos atrativos turísticos, com 10%, a infraestrutura (hotéis /restaurantes), com 10%; e o artesanato, com 10%. As demais respostas contemplaram 30% do universo, sendo elas: a indústria, as belezas naturais, o Centro de Atendimento ao Turista (CAT), as praças, as feiras, a espeleologia/paleontologia, o Portal Grande Sertão, o Zoológico de Pedra e as outras grutas do município. (Tabela 41)

**Tabela 41- Quais atividades turísticas devem ser exploradas**

	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Demais respostas	12	30,00
Turismo cultural/rural	12	30,00
Gastronomia	4	10,00
Divulgação dos atrativos turísticos	4	10,00
Infraestrutura (hotéis/restaurantes)	4	10,00
Artesanato	4	10,00
Total	40	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

### 6. 3.3 políticas públicas locais voltadas para o turismo

Os dados analisados a seguir são referentes às percepções sobre as políticas públicas voltadas para o turismo. A primeira consulta realizada junto aos entrevistados diz respeito ao fato deles conhecerem parte do Circuito das Grutas. Note-se que um percentual significativo de respondentes conhecia esta vinculação (90,48% dos moradores e 100% dos empreendedores). (Tabela 42)

**Tabela 42 - Você sabe que Cordisburgo faz parte do “Circuito Turístico das Grutas”**

	<b>MORADORES</b>		<b>EMPREENDEDORES</b>	
	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>	<b>Quantidade</b>	<b>(%)</b>
Sim	19	90,48	8	100
Não	1	4,76		
Não respondeu	1	4,76		
Total	21	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Em seguida, perguntou-se aos entrevistados se após a criação do Circuito das Grutas houve alguma melhoria em Cordisburgo. Os entrevistados responderam majoritariamente que sim (71,43% dos moradores e 62,5% dos empreendedores), demonstrando que o município de Cordisburgo após integrar-se ao Circuito Turístico das Grutas desenvolveu-se turisticamente. (Tabela 43)

**Tabela 43 - Houve melhoria após a criação do “Circuito Turístico das Grutas”**

	MORADORES		EMPREENDEDORES	
	Quantidade	(%)	Quantidade	(%)
Sim	15	71,43	5	62,50
Não	4	19,05	2	25,00
Não respondeu	2	9,52	1	12,50
Total	21	100	8	100

Fonte: Elaborado pela autora com dados extraídos da pesquisa (2016).

Foi apurado junto aos representantes do poder público que existe uma política pública voltada para o fomento da atividade turística no município, mas falta iniciativa do Executivo. No organograma da prefeitura, a Secretaria de Turismo é responsável pela elaboração e aplicação da Política Pública de Turismo. O COMTUR tem procurado desenvolver projetos voltados ao desenvolvimento do turismo local e o município é membro do Circuito Turístico das Grutas, com esforços no sentido de divulgar eventos (feiras, festas, redes sociais) de modo a atrair o turista. Por outro lado, dois dos representantes do poder público apontaram que as ações são tímidas ou inexistentes neste sentido.

#### *6.3.4 avaliação do produto turístico de Cordisburgo por parte de empreendedores e agentes do poder público*

Os empreendedores e os agentes do poder público entrevistados foram questionados acerca dos aspectos positivos e negativos em relação ao produto turístico de Cordisburgo, com base em questões abertas presentes nos instrumentos de coleta.

Os aspectos positivos destacados foram a acessibilidade e a localização do município de Cordisburgo, a 120 km de Belo Horizonte. A população é simpática e receptiva, possibilitando a divulgação do patrimônio cultural da cidade e dos

atrativos turísticos, como a Gruta do Maquiné e o Museu Guimarães Rosa que já são conhecidos mundialmente. Além dos atrativos naturais, como as cachoeiras e lagoas. O turismo cultural/literário está associado à vida de Guimarães Rosa e a Semana Roseana. Apesar da convergência das respostas, houve uma discrepância nas opiniões de empreendedores e representantes do poder público sobre a divulgação do município como destino turístico, onde os representantes do poder público o consideram adequado e os empreendedores deficitário.

Os pontos negativos identificados foram a necessidade de uma política séria, além da falta de incentivo por parte do poder público para buscar investimentos públicos e privados que possibilitem implementar o turismo; a ausência de capacitação de mão de obra e uma visão empreendedora para melhorar a infraestrutura de hotéis e restaurantes de Cordisburgo; a necessidade de maior compreensão da população local sobre a importância cultural e turística do município; a necessidade de divulgação local e regional dos atrativos turísticos, a melhoria na sinalização dos pontos turísticos e o horário de funcionamento da Gruta do Maquiné. Em relação aos aspectos negativos não ocorreu nenhuma divergência significativa nas opiniões dos entrevistados.

Especificamente, os entrevistados do poder público também foram questionados se o município estaria preparado para receber adequadamente os turistas em relação:

- A sinalização turística: os entrevistados responderam que sim, que a sinalização existente atende a demanda, mas pode e precisa melhorar;
- A localização/acesso dos atrativos: a maioria dos entrevistados considera que os acessos são tranquilos e fáceis de serem localizados. Um entrevistado relatou que faltam melhorias na zona rural e outro entrevistado considerou que a localização/acesso dos atrativos não é adequada.
- A informação turística: dois entrevistados consideraram que é adequada. Os demais apontaram deficiência devida à ausência de informações detalhadas e também a falta de regularidade. Apenas um entrevistado não respondeu.
- Os equipamentos de hospedagem: Os entrevistados relataram que tem poucas hospedagens, insuficiente para atender ao turista, que as mesmas são precárias e precisam melhorar principalmente as hospedagens com um

custo mais acessível. Apontaram a necessidade de investimento no ramo/setor hoteleiro.

- Os equipamentos de hospedagem: os entrevistados relataram que a quantidade de hospedagens é insuficiente, além de serem precárias e com alto custo. Apontaram a necessidade de investimento no setor hoteleiro.
- Os equipamentos de alimentação: dois entrevistados consideravam que os equipamentos de alimentação são adequados, os demais relataram que a comida é boa, mas são necessárias mais informações, melhorias e investimento. Um entrevistado não respondeu.
- Os centros de artesanatos: três entrevistados consideraram que são adequados para atenderem os turistas, os demais ressaltaram que são necessárias melhorias, uma vez que são incipientes e carentes de produtos mais decorados, originais e que preservem a identidade local, além de divulgação mais intensa. Um entrevistado não respondeu.
- A infraestrutura urbana: dois entrevistados consideraram como ótima, além de atender às necessidades turísticas, os outros destacaram que a limpeza é insuficiente, a infraestrutura urbana é precária e que precisa melhorar. Um entrevistado não respondeu.
- O receptivo turístico: o receptivo está em fase de desenvolvimento. É incipiente e ruim, sendo necessárias melhorias e mais eficiência. Um entrevistado não respondeu.

Outra questão levantada junto aos representantes do poder público disse respeito aos principais entraves para o desenvolvimento do turismo no município. Segundo os entrevistados, não há entendimento suficiente sobre o que vem a ser "turismo". Faltam ações públicas do Estado e do Governo Federal em apoio ao turismo. Falta vontade política, a fim de promover parcerias duradouras entre o poder público e a iniciativa privada. Existe a necessidade de captação de recursos financeiros públicos e equipamentos de hospedagem. Um entrevistado não respondeu.

*6.3.5 sugestões para dinamizar a atividade turística a partir dos olhares de empreendedores, moradores e representantes do poder público.*

As sugestões expostas pelos moradores, empreendedores e representantes do poder público a fim de melhorar/ampliar a atratividade turística de Cordisburgo, indicam:

- a necessidade de maior divulgação dos atrativos turísticos, pois o município vive do turismo, que é sua atividade principal;
- interesse do poder público e uma política de turismo, que também desenvolva o turismo rural e o agroturismo do município;
- incentivo a melhoria dos produtos já existentes (artesanato, queijos, doces e bebidas);
- construção de mais hotéis/restaurantes/lanchonetes e cuidados com a limpeza e a conservação dos atrativos turísticos da cidade;
- criação de um comitê com a participação da sociedade e da Administração Pública para fomentar o turismo;
- realização um trabalho em conjunto e contínuo com os estabelecimentos comerciais e de hospedagem, com os moradores, para melhor entendimento da importância do turismo e assim oferecer melhores serviços aos turistas;
- desenvolver a PPP (Participação Pública Privada) da Gruta do Maquiné;
- criar planejamentos a curto, médio e em longo prazo, para a realização de eventos, com a criação de um calendário anual com todos os eventos do município.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo compreender os potenciais turísticos naturais e culturais bem como os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo. A relevância do trabalho está centrada no fato dele oferecer uma contribuição à análise de uma área de grande diversidade em atributos naturais e culturais em que o turismo contribui de forma significativa na promoção do seu crescimento econômico sustentável.

Atualmente o turismo abarca vários tipos de negócios, que se apropriam do espaço geográfico, promovendo transformações espaciais e produzindo mudanças nos locais receptores e emissores. As transformações decorrentes do fluxo turístico e suas modificações viraram objeto de estudo da Geografia do Turismo.

O estudo do turismo possibilita vários enfoques, neste caso, predominantemente econômico, devido a sua importância e contribuição para mudanças econômicas, sociais e culturais da população local. Buscando compreender o desenvolvimento econômico através do turismo no município de Cordisburgo, observou-se a necessidade de investigar a evolução do turismo no Brasil e em Minas Gerais, que revelou aspectos importantes a respeito da política pública de turismo em Cordisburgo.

A atividade turística torna-se um importante meio para o desenvolvimento econômico no município de Cordisburgo. Mas, para que a atividade turística se desenvolva faz-se necessário, uma relação de elementos básicos que segundo Sancho (1998) é: a demanda, a oferta, o espaço turístico e os operadores, todos estes elementos são imprescindíveis para o desenvolvimento do turismo. É através da demanda e da oferta turística (bens e serviços) que o município poderá planejar e aperfeiçoar a sua infraestrutura para torna-la mais adequada para atender os visitantes e os turistas, cada vez mais exigentes. O espaço turístico e o espaço geográfico apropriado para atender as necessidades do turismo, um espaço vivido e com significado.

Para atingir o objetivo geral do trabalho, foram aplicados questionários para os moradores, os empresários, os representantes do poder público e principalmente para os visitantes/turistas. Com o intuito de identificar o perfil socioeconômico e a percepção de todos os entrevistados e conhecer a demanda do município de Cordisburgo.

A análise das respostas dos visitantes/turistas forneceu importantes informações, sobre o perfil de quem visita o município de Cordisburgo. Apresentou uma predominância do sexo feminino nos dois grupos. A faixa etária ficou evidente entre adultos e maior idade, o nível escolar dos entrevistados destacou que a maioria tem formação de curso superior e pós-graduação. O meio de transporte mais utilizado foi o carro e ônibus de turismo ocorrendo em maior quantidade na Gruta do Maquiné, destacando-se o predomínio de familiares seguidos dos amigos, como acompanhantes.

Em relação à frequência e tempo de permanência dos visitantes/turistas em Cordisburgo, ficou evidente um número expressivo dos que visitaram pela primeira vez e por apenas um dia. A avaliação sobre a hospedagem demonstrou a necessidade de melhoria na infraestrutura hoteleira

Os atrativos turísticos mais conhecidos foram os atrativos culturais/naturais, poucos ou quase nenhum conhecia outros atrativos naturais. As avaliações dos atrativos turísticos realizados pelos visitantes/turistas foram consideradas adequadas, mas outros entrevistados consideraram que atendia parcialmente. Os aspectos positivos foram os atrativos turísticos, a população e a cidade. Nos aspectos negativos ocorreu uma divergência de opiniões, os visitantes/turistas da Gruta do Maquiné apontaram à infraestrutura e os do Museu Guimarães Rosa consideraram a falta de divulgação e a sinalização. As sugestões de melhorias apontadas são todas relativas aos serviços de apoio aos turistas, mas em especial a divulgação do município de Cordisburgo.

A opção não respondeu/não sabia avaliar com um número expressivo teve uma grande relevância, porque demonstra a quantidade de visitantes/turistas que não conheceram a cidade de Cordisburgo, portanto não conseguiam responder algumas perguntas abertas do questionário.

Na análise das respostas tabuladas dos moradores, empreendedores e representantes do poder público constatou-se uma homogeneidade nos benefícios do turismo, apesar dos entrevistados serem de grupos diferentes. Predominante nesta análise, o sexo masculino, com idade acima de 51 anos, e boa formação acadêmica, possibilitou maior capacidade avaliativa e análise crítica do questionário aplicado.

Outro fato importante é que a maioria os entrevistados reside a mais de 21 anos na cidade, podendo apontar os maiores potenciais e os problemas no

município. Os atrativos turísticos mais conhecidos pelos entrevistados são os religiosos e os culturais.

Os aspectos positivos destacados pelos moradores, empreendedores e representantes do poder público foram à localização e acessibilidade, a população e os atrativos turísticos conhecidos. Os pontos negativos apontam principalmente a necessidade de uma política pública que promova investimentos público/privado e a divulgação dos atrativos culturais e naturais. Todos os entrevistados compreendem que a atividade turística pode trazer benefícios para o município, principalmente na economia, na qualidade de vida e na renda, possibilitando a geração de emprego para a população e a divulgação da cidade. As sugestões para melhorar/ampliar confirma isso, pois são relativas à melhoria na divulgação, mas principalmente uma política público turismo.

O estudo realizado em Cordisburgo revelou que os entraves para a atividade turística no local foram de natureza política, sendo a principal limitação para viabilização da mesma, de forma planejada. A necessidade de aperfeiçoamento da divulgação dos produtos turísticos do município como forma de atrair os turistas e de uma política municipal de turismo que apresente ações mais eficazes para o desenvolvimento da atividade. Além disso, existe a necessidade de demanda de mão de obra especializada, como guias, recepcionistas e operadores de turismo, uma vez que o Grupo Caminhos do Sertão exerce esta função informalmente. O município precisa de transporte coletivo que possibilite os visitantes/turistas conhecer os atrativos turísticos do município e ao mesmo tempo beneficiará os moradores.

Independentemente das dificuldades acima relatadas, Cordisburgo tem um potencial turístico ligado aos atrativos históricos, culturais e religiosos. Os visitantes/turistas são bem recebidos pela população local, que tem consciência que o turismo promove a geração de emprego e melhoria na renda.

Pode-se concluir que a atividade turística em Cordisburgo é atualmente uma alternativa para o aumento do número de empregos, para a melhoria da qualidade de vida e para o crescimento e desenvolvimento econômico do município.

Considera-se importante que outras pesquisas complementem esta dissertação, além de ter a expectativa de que ela sirva como ferramenta de consulta.

Por fim, os resultados deste trabalho sugerem uma série de sugestões visando o fomento da atividade turística em Cordisburgo, quais sejam:



- Desenvolver um calendário com os eventos permanentes do município como Semana Roseana, Festas Religiosas, inserir o evento estadual como Semana de Museu e o nacional Feira Nacional de Ciência e Tecnologia;
- Incentivar as compras de produtos do artesanato, de alimentação (queijos, doces, biscoitos) e os produtos orgânicos do município.
- Promover o retorno da Festa da Abóbora, do Cavalo e rodeios;
- Promover feiras de agroturismo;
- Promover o ecoturismo nos povoados do município;
- Oferecer opções de entretenimento para as crianças, que envolvam a espeleologia, paleontologia e a literatura de Guimarães Rosa, principalmente no período de férias escolares;
- Inclusão das disciplinas Meio Ambiente e Turismo na grade escolar do Município de Cordisburgo;
- Promover palestras e oficinas para a população, com temas variados – (ambientais, carste, agroturismo, gastronomia, artesanato), dentre outros;
- Promover cursos de capacitação para os envolvidos direto ou indiretamente com o turismo;
- Sinalizar e/ou melhorar com placas todos os atrativos turísticos do município;
- Incentivar a abertura de novos empreendimentos no Município; como hotéis, restaurantes, lanchonetes, lojas de artesanato.
- Incentivar parcerias com a iniciativa privada e pública na área turística (municipal e estadual);
- Desenvolver campanhas de marketing mais elaboradas, que possibilitam promover o turismo do município.

## REFERÊNCIAS

- AB`SÁBER, Aziz Nacib. **Os domínios de natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. 159 p.
- ACERENZA, Miguel Angel. **Administração do turismo: volume 2 : planejamento e direção**. Bauru: EDUSC, c2003. 269 p. (Turis)
- ALMEIDA, F.F.M. O Cráton do São Francisco. **Revista Brasileira de Geociências**. V. 7, p.349; 364, Nº4. Dezembro de 1977.
- AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno. A evolução do pensamento geográfico e suas consequências para o ensino de Geografia. **Revista Geografia e Ensino**, Belo Horizonte, IGC/UFMG. ano I, nº 1, março de 1982.
- AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno; CARTER, Harold; KOHLSDORF, Maria Elaine. Percepção ambiental: contexto teórico e aplicações do tema urbano. Belo Horizonte: **Instituto de Geociências da UFMG** / Departamento de Geografia, 1987. 42p.
- AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno. Topofilia e Topocídio em Minas Gerais. In: DEL RIO, Vicente & OLIVEIRA, Livia de (orgs). **Percepção Ambiental**. A Experiência Brasileira. 2 ed., São Paulo: EDFUSCar- Editora Universitária, co-edição Editora Studio Nobel, 1999.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1992. 215p. (Fundamentos).
- ANDRADE, Manuel Correia de. **Geografia, ciência da sociedade: uma introdução a análise do pensamento geográfico**. São Paulo: Atlas, 1987. 143p
- APM - Arquivo Público Mineiro. **Vínculo da Jaguará**. Disponível em: <<http://www.siaapm.cultura.mg.gov.br/modules/brtbusca/index.php?action=results&qquery=vinculo+da++jaguara>>. Acesso em: 12 jan. 2015.
- ASSIS, Lenilton Francisco de. Turismo de segunda residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. **Revista Território** - Rio de Janeiro - Ano VII – nº 11, 12 e 13 - set./out., 2003. Disponível em: <[http://www.laget.eco.br/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=6](http://www.laget.eco.br/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=6)> Acesso em: 06 dez.2015
- Atlas Digital das Águas de Minas. Disponível em: <<http://www.atlasdasaguas.ufv.br/mapasite.html>>. Acesso em: 05 jan. 2015.
- Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/>>. Acesso em: 21 Jan. 2015.
- Atlas do censo demográfico 2010 / IBGE. – Rio de Janeiro: IBGE, 2013. 160 p. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/apps/atlas/>>. Acesso em: 06 jun.2016

AULER, Augusto. Peter Wilhelm Lund e sua visão das Cavernas. **Revista O Carste**. Grupo Bambuí de Pesquisas Espeleológicas, Brasil, v.14, n1, p.24-31, janeiro 2002.

AVELAR NETO, Guilherme Nunes de. **Ciclones e macaréus: o parlamento na história de Belo Horizonte**. Belo Horizonte: Câmara Municipal de Belo Horizonte, 2010. 928 p

BARBOSA, Waldemar de Almeida. **Dicionário histórico-geográfico de Minas Gerais**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1995. 382p. (Reconquista do Brasil. 2ª série 181)

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. 99p. (ABC do Turismo)

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 9. ed. Campinas (SP): Papyrus, 2000. 164p. (Turismo)

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. 9. ed. Campinas (SP): Papyrus, 2003. 101p. (Turismo)

BARROS, Nilson Cortez Crocia de. O modelo do ciclo da destinação (região) turística: uma breve revisão bibliográfica. **Revista de Geografia (UFPE)** V. 31, Nº. 1, p. 133 a 145, 2014. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/revistageografia/index.php/revista/article/view/728/541>. Acesso em: 28 out. 2015.

BARROS, Nilson Cortez Crocia de. **Manual de geografia do turismo: meio ambiente, cultura e paisagens**. Recife: Ed. da UFPE, 1998. 108p.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. rev. e atual. São Paulo: Ed. SENAC, 2007. 556p.

BERTALANFFY, Ludwig von. **Teoria geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 360p.

BRASIL. Decreto nº 48.126, de 19 de abril de 1960. Aprova o Regimento da Comissão Brasileira de Turismo. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 11/6/1960, Página 905. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-48126-19-abril-1960-387487-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 02 mar. 2016

BRASIL. Decreto nº 448 de 14 de fevereiro de 1992. Regulamenta dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 17/2/1992, Página 1901 (Publicação Original). Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1992/decreto-448-14-fevereiro-1992-343147-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010. Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento,

desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 3/12/2010, Página 9 (Publicação Original). Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2010/decreto-7381-2-dezembro-2010-609612-publicacaooriginal-130920-pe.html>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Decreto nº 8.102, de 6 de setembro de 2013. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério do Turismo, e dá outras providências. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 9/9/2013, Página 3 (Publicação Original). Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/legin/fed/decret/2013/decreto-8102-6-setembro-2013-777012-publicacaooriginal-141055-pe.html>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Decreto-lei nº 406/38, art. 59, 1938. Dispõe sobre a entrada de estrangeiros no território nacional. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 6/5/1938, Página 8494 (Publicação Original). Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-406-4-maio-1938-348724-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Decreto-lei nº 44.863/58, art. 2º, 1958. Institui a Comissão Brasileira de Turismo. (COMBRATUR). **Diário Oficial da União** - Seção 1 - 21/11/1958, Página 24813 (Publicação Original). Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-44863-21-novembro-1958-383896-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003. Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.683.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.683.htm)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Medida Provisória nº 130 de 1 de janeiro de 2003. Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. **Diário Oficial da União** - Seção 1 - Edição Especial - 1/1/2003, Página 1 (Publicação Original). Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/medpro/2003/medidaprovisoria-103-1-janeiro-2003-492624-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Economia do Turismo Cresce no Brasil**. De acordo com dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo, o setor contribui com 9,2% do PIB no país, o que equivale a R\$ 443,7 bilhões e coloca o país na sexta posição mundial. Publicado: Quinta, 17 de Abril de 2014, 11h30, Última atualização em Quinta, 17 de Abril de 2014, 11h30. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2199-economia-dos-turismo-cresce-no-brasil.html>>. Acesso em: 16 maio 2016.

BRASIL. **Constituição, (1989)**. Título VIII – Da Ordem Social, Capítulo III – Da Educação, da Cultura e do Desporto, Seção II – Da Cultura, Art. 216. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Caderno e Manuais de segmentação**. Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2015. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf)>. Acesso em: 13 nov.2015.

BRASIL. Ministério do Turismo – Dados e Fatos – Estudos, pesquisas e dados sobre o setor de turismo. **Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014** Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas\\_indicadores/downloads\\_estatisticas/OMT\\_Turismo\\_highlights\\_2014\\_sp.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/OMT_Turismo_highlights_2014_sp.pdf)>. Acesso em: 12/03/2015

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventario de oferta turística (2011)**. Disponível em: <[http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao\\_da\\_oferta\\_turistica.pdf](http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_da_oferta_turistica.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2015

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: **Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007. 51 p. : il. Disponível em: <[http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/roteirizacaoaturistica\\_turismo.pdf](http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/roteirizacaoaturistica_turismo.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: **Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização** / Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007. 65 p: il. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/modulo\\_operacional\\_8\\_promocao\\_e\\_apoio\\_a\\_comercializacao.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_8_promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo/Diretrizes**/ Ministério do Turismo Secretaria Nacional de Políticas de Turismo Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico Coordenação Geral de Regionalização. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. 48p. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/programas\\_acoes\\_home/PROGRAMA\\_DE\\_REGIONALIZACAO\\_DO\\_TURISMO\\_-\\_DIRETRIZES.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf). Acesso em: 28 set. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 170p. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 96p. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2015.

BOULLÓN, Roberto C. **Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista**. 3. ed. México: Trillas, 1990. 199p

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUCS - Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2002. 275p. (Turis)

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Tradução Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUCS - Salvador: EDUFBA, c2003. 168 p. (Turis)

BUTLER, R.W (1980). The concept of a tourist área cycle evolution: implications for management of resources. Canadian Geographer, vol. 14, pp. 5-12, cit por Shaw &Williams, ob. Cit.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Uma pré-história do turismo no Brasil: recreações aristocráticas e lazeres burgueses, (1808-1850)**. São Paulo: Aleph, 2007. p. 383. (Série turismo)

CAMARGO, Haroldo L. Fundamentos multidisciplinares do turismo: história. In: CAMARGO, Haroldo L. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC São Paulo, v. 1, 3. ed., 2003. p. 33-85.

CASTEJÓN MONTIJANO, R.; GÓMEZ BARROSO, J. L.; GONZÁLEZ GONZÁLEZ, M. J.; MARTÍNEZ MERINO, J. L; PÉREZ ZABALETA, A.; MÉNDEZ PÉREZ, E.; MOCHÓN SÁEZ, A.; **Introducción a la economía Pearson Educación, S.A.**, Madrid, 2009

CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante do século XX**. 2. ed. rev. Caxias do Sul, RS: EDUCS - Editora da Universidade de Caxias do Sul, 1990. 127p.

CECAV – Centro Nacional de Pesquisa e Conservação de Cavernas. **Regiões Cársticas do Brasil**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/cecav/projetos-e-atividades/provincias-espeleologicas.html>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

CECAV – Centro Nacional de Pesquisa e Conservação de Cavernas. **Potencialidades de ocorrência de Cavernas**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/cecav/projetos-e-atividades/potencialidade-de-ocorrencia-de-cavernas.html>>. Acesso em: 23 jan. 2015.

CEMIG - Companhia Energética de Minas Gerais. **Atlas Solarimétrico de Minas Gerais**. 1CD ROM (2010)



CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. 4. ed. São Paulo: Estação Liberdade Ltda: Ed. UNESP, 2011. 282 p.

CHRISTOFOLETTI, Antônio. **Análise de Sistema em Geografia: Introdução**. 1979

CISNE, Rebecca. GASTAL, Susana. Turismo e sua História: Rediscutindo Periodizações. In: **VI Seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul. Saberes e fazeres no turismo: Interfaces**. Dias 9 e 10 de junho de 2010. Universidade de Caxias do Sul. Mestrado em Turismo. Disponível em:

<[http://www.uces.br/ucs/tplVSEminTur%20eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_6/qt09/arquivos/09/Turismo%20e%20sua%20historia.pdf](http://www.uces.br/ucs/tplVSEminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/qt09/arquivos/09/Turismo%20e%20sua%20historia.pdf)>. Acesso em: 09 abr. 2015.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural**. 3. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007. 453 p.

Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas. Plano Municipal de Saneamento Básico de Cordisburgo. v.1, Março/2015. Disponível em:

<<http://cbhvelhas.org.br/images/subcomites/projetos/parauna/TutoriaPMSB/Produto1/P1%20Cordisburgo%20-.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2015.

Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas. Disponível em:

<<http://cbhvelhas.org.br/a-bacia-hidrografica-do-rio-das-velhas/>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Disponível em:

<<http://cbhsaofrancisco.org.br/o-cbhsf/>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço: um conceito chave da geografia. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia: conceitos e temas**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010. 352p. . p. 15 – 47.

CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Estudos sobre a rede urbana**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006. 330 p.

CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; SILVA, Sylvio C. Bandeira de Mello. **Turismo e geografia: abordagens críticas**. Fortaleza, UECE, 2005. 173 p.

CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **Do local ao global: o turismo litorâneo cearense**. Campinas (SP): Papirus, 1998. 160p. (Turismo).

COSTA, M.T.; BRANCO, J.J.R. Introdução. In: Branco, J.J. (ed) Roteiro Geológico Belo Horizonte-Brasília. **Contribuição ao 14º Congresso Brasileiro de Geologia**. Belo Horizonte, Instituto de Pesquisas Radioativas, Publicação, n 15: 9-25. 1961.

COSTA, Osvaldo de Assis, 1923. **Cordisburgo, história...lembranças e saudades...**Belo Horizonte: Editora O Lutador, 1995. 125 p.

COUTO, Carlos de Paula. **Peter Wilhelm Lund: memórias sobre a Paleontologia brasileira**. Instituto Nacional do Livro, Rio de Janeiro, 1950. 589 p.

CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais. **Geologia, tectônica e recursos minerais do Brasil: texto, mapas & SIG** / organizadores, Luiz Augusto Bizzi, Carlos Schobbenhaus, Roberta Mary Vidotti, João Henrique Gonçalves – Brasília: CPRM – Serviço Geológico do Brasil, 692 p., 2003. Disponível em: <<http://www.cprm.gov.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=790&sid=9>>. Acesso em: 06 jan. 2015.

CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais. **Mapas Geodiversidade Estaduais**. Disponível em: <<http://www.cprm.gov.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1339&sid=9>>. Acesso em: 06 jan.2015.

CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais. **Geodiversidade do Estado de Minas Gerais** / Organização Marcelly Ferreira Marchado [e] Sandra Fernandes da Silva. - Belo Horizonte: CPRM, 131 p. 30 cm, 2010. Disponível em: <[http://www.cprm.gov.br/publique/media/Geodiversidade\\_MG.pdf](http://www.cprm.gov.br/publique/media/Geodiversidade_MG.pdf)>. Acesso em: 06 jan. 2015.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000. 167p. (Turismo)

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, c2003. 125 p.

CUNHA, Licínio, **Economia e política do turismo**. Portugal: McGraw-Hill, 1997. 350p

CUNHA, Licínio, **Introdução ao turismo**. Lisboa: Verbo, c2001. 447p

DARDENNE, M.A. Síntese sobre a estratigrafia do Grupo Bambuí no Brasil Central. In: **In: 30 Congresso Brasileiro de Geologia**, 1978, Recife. **Anais...** Recife: SBG, 1978. v.2, p.97-610.

DEL RIO, Vicente; OLIVEIRA, Livia de. **Percepção ambiental: a experiência brasileira**. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel: Ed. da UFSCar, 1999. xvii, 265p.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas: Alínea, 2002. 287 p.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003. 226 p.

Dias, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 1. ed. 4. reimpr., 2013. 178 p.

DOLLFUS, Olivier. **O espaço geográfico**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972. 121p. (Saber atual)

DIAZ, Edgar Afonso Hernández. **Proyectos turísticos – formulación y evaluación**. Cidade do México: Editora Trilhas, 1988.



Estratégia de Desenvolvimento Turístico “**Rota das Grutas de Lund**”, Minas Gerais, Brasil, 2011. 247 p.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. **Teoría y técnica del turismo**. Madrid: Ed. Nacional. p. 610, 2. ed., 1971. (Mundo Científico Série Turismo)

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. **Introducción a la teoría y técnica del turismo**. Madrid: Alianza, p. 974, 1991a. (Alianza universidad textos; 97)

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. **Geografía general del turismo de masas**. Madrid: Alianza, p. 809, 1991b. (Alianza universidad textos; 137)

FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. **Olhar periférico: informação, linguagem, percepção ambiental**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1999. 227p.

FERREIRA, Conceição Coelho; SIMÕES, Natércia Neves. **A evolução do pensamento geográfico**. Lisboa: Gradiva, 1986. p. 142,

Fundação Centro Tecnológico de Minas/CETEC. **Diagnóstico ambiental do estado de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 1v. (Série de Publicações Técnicas, 10), 1983.

GÓMEZ, Alberto Luiz. De la Geografía del Turismo al estudio de las actividades de ocio. Algunos problemas conceptuales. **Estudios turísticos**, Ano 1988, nº 98, p. 43-58. Disponível em: <<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-98-1988-pag43-58-84463.pdf>>. Acesso em: 6 dez. 2015

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert Woodrow. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 8. ed., viii, p.478, 2002.

GROOTE, Patrick. The concept of Geography of Tourism. **The Tourist Review**, Vol. 38 Iss 3 pp. 2 – 9, 1983. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/eb057879>>. Acesso em: 03 set. 2015.

GUERRA, Antônio Teixeira; GUERRA, Antônio Teixeira. **Novo dicionário geológico-geomorfológico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 648p.

GURRÍA DI-BELLA, Manuel. **Introducción al turismo**. México, 136p. 1991. (Trillas Turismo)

HOTEL. Lazer Arraial do Conto. [S. l]: Google Earth, 2016. Disponível em: <<https://www.google.com.br>>. Acesso em: 6 jun 2016

HOLTEN, Birgitte; STERLL, Michael. **Peter Lund e as grutas com ossos em Lagoa Santa**. Luiz Paulo Ribeiro Vaz, tradução. Belo Horizonte: Editora UFMG, 336p.: il, 2011.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Biblioteca. Foto Igreja no Município de Cordisburgo (MG). Série: Acervo dos trabalhos geográfico de campo, negativo15579; Assunto Cidade e vilas; Cordisburgo (MG); Igrejas (Edifícios); Minas

Gerais. Entidade Esso Standardr do Brasil. Disponível em:  
<<http://www.biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=416526>>. Acesso em: 27 ago.2015

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cordisburgo - Minas Gerais – MG – Histórico**. Disponível em:  
<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/minasgerais/cordisburgo.pdf>>. Acesso em: 13 nov.2014.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades: Cordisburgo**. Disponível em:  
<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=311890>>. Acesso em: 28 ago. 2014>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Manual Técnico da Vegetação Brasileira. Rio de Janeiro. 2012**. Disponível em:  
<[ftp://geoftp.ibge.gov.br/documentos/recursos\\_naturais/manuais\\_tecnicos/manual\\_tecnico\\_vegetacao\\_brasileira.pdf](ftp://geoftp.ibge.gov.br/documentos/recursos_naturais/manuais_tecnicos/manual_tecnico_vegetacao_brasileira.pdf)>. Acesso em: 14 jan.2015.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Produto Interno Bruto. Cidades: Cordisburgo. Disponível em:  
<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=311890>>. Acesso em: 28 ago. 2014>

IGA - Instituto de Geociências Aplicadas (MG). **Atlas de festas populares de Minas Gerais**. Belo Horizonte: IGA, 1998. 102p

IGAM - Instituto Mineiro de Gestão das Águas. **Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas - CBH Velhas. Resumo Executivo. Aprovado pelo CBH Velhas em 10 de dezembro de 2004**. Belo Horizonte. 2005. Disponível em:  
<<http://cbhvelhas.org.br/plano-diretor-cbh-velhas/>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira., 2. ed., 2003. 205p.

INMET – Instituto Nacional de Meteorologia. BDMEP – Banco de Dados Meteorológicos. **Dados Históricos. Sete Lagoas**. Disponível em:  
<<http://www.inmet.gov.br/portal/index.php?r=bdmep/bdmep>>. Acesso em: 17 jan. 2015.

International Air Transport Association – IATA. Disponível em: <<http://www.iata.org/>>. Acesso em: 12 Maio 2015.

Inventário de Proteção do Acervo Cultural - IPAC – Abril de 2005 – Exercício 2006. Prefeitura Municipal de Cordisburgo – MG, 238p.

KIMBLE, George Herbert Tinley, 1908. **A geografia na Idade Média** [livro eletrônico] / George H. T. Kimble. Tradução: Márcia Siqueira de Carvalho – Londrina: Eduel, 2013. 344p. 1 Livro digital.

Disponível em:

<<http://www.uel.br/editora/portal/pages/arquivos/geografia%20na%20idade%20medi a.pdf>>. Acesso em: 14 Maio 2014.

KOHLER, Heinz Charles; QUEIROZ NETO, José Pereira de. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO Departamento de Geografia. **Geomorfologia cárstica na Região de Lagoa Santa-MG**. 1989. 113f. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, Departamento de Geografia.

LAINÉ, Pierre, *Tourisme et Théorie du Système Général, Sensibilisation à l'Approche Sytémique du Tourisme*, Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence, 1989.

LEIPER, N. The Framework of Tourism: Towards Definitions of Tourism, Tourists and the Tourism Industry. **Annals of Tourism Research**, 6, 390-407, 1979. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607383/6>>. Acesso em: 14 Maio 2015

LIBERATO, Rita de Cássia. Revisando os modelos e as teorias da análise regional. **Caderno de Geografia**, Belo Horizonte, v. 18, n. 29, p. 127-136, 2o sem. 2008.

LICKORISH, Leonard J; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus. 2000. 317p

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. viii, 227p. (Coleção Cidades)

LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre. **Geografía del turismo: del espacio contemplado al espacio consumido**. Barcelona: Masson, 1990. 182p. (Coleccion de geografia)

MARRA, Ricardo J. C. **Espeleo turismo: planejamento e manejo de cavernas**. Brasília: WD Ambiental, 2001. 224p. (Ambiental).

MATA, Sérgio. **Chão de Deus: catolicismo popular, espaço e proto-urbanização em Minas Gerais, Brasil: Séculos XVIII-XIX**. Berlim: WVB, c2002. 304p.

MINAS GERAIS, Executivo. Decreto 14.953 de 03 de novembro de 1972. Dispõe Sobre o Sistema Operacional de Indústria, Comércio e Turismo, organiza a Secretaria de Estado e Indústria, Comércio e Turismo e dá outras providências. **Minas Gerais Diário do Executivo** - 04/11/1972 PÁG. 5 COL. 2. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=14446&comp=&ano=1972>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

MINAS GERAIS. Executivo. Decreto 23.373 de 24 de janeiro de 1984. Dispõe sobre o Sistema Operacional de Esportes, Lazer e Turismo. **Minas Gerais Diário do Executivo** - 25/01/1984 pág. 5 col. 1. Disponível em: <[http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=23373&comp=&ano=1984&aba=js\\_textoOriginal#texto](http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=23373&comp=&ano=1984&aba=js_textoOriginal#texto)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

MINAS GERAIS. Legislativo. Lei 7658 de 27 de dezembro de 1979, Autoriza o Poder Executivo a instituir a Empresa Mineira de Turismo - TURMINAS e dá outras providências. **Minas Gerais Diário do Executivo** - 28/12/1979 pág. 3 col. 1. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=7658&comp=&ano=1979>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

MINAS GERAIS, Legislativo. Lei nº 13.341 de 28 de outubro de 1999, Dispõe sobre a Organização da Governadoria do Estado e da Secretaria de Estado da Casa Civil e Comunicação Social, cria a Secretaria de Estado do Turismo, extingue a Secretaria de Estado de Assuntos Municipais, cria Unidades Administrativas nas Secretarias de Estado da Segurança Pública e da Justiça e de Direitos Humanos e dá Outras providências. **Minas Gerais Diário Do Executivo** - 29/10/1999 pág. 1 Col. 1. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=13341&comp=&ano=1999>>. Acesso em: 02 mar. 2016.

MENDONÇA, Francisco. DANI-OLIVEIRA, Inês Moresco. **Climatologia: Noções básicas e climas do Brasil**. São Paulo, Oficina de Textos, p. 206, 2007.

MMA - Ministério do Meio Ambiente. **Mapeamento de Cobertura Vegetal do Bioma Cerrado**. Edital Probio 02/2004 - Projeto Executivo. B.02.02.109. Relatório Final Brasília/DF. Junho/2007. Disponível em:

<[http://mapas.mma.gov.br/geodados/brasil/vegetacao/vegetacao2002/cerrado/documentos/relatorio\\_final.pdf](http://mapas.mma.gov.br/geodados/brasil/vegetacao/vegetacao2002/cerrado/documentos/relatorio_final.pdf)>. Acesso em: 01 jan. 2015.

METAMIG – Metais de Minas Gerais S.A. **Gems from Brazil**. Belo Horizonte. 198. 60p.

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo**. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. 136p (Série Turismo).

MONTANER MONTEJANO, Jordi. **Estructura del mercado turístico.**, 2. ed. ,1996, 397p. Actual Madrid: Síntesis. (Gestión turística)

MORAES, Antônio Carlos Robert. **Geografia: pequena história crítica**. 21. ed. São Paulo: Annablume, 2007. 152p.

MURTA, Stela Maris et al. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG: Território Brasilis, 2002. 282p.

NETTO, Marcos Mergarejo. **A geografia do queijo minas artesanal**. Belo Horizonte (MG): M.M.M., 2014, 429p. : il., figs., tabs., mapas

NEVES, Walter A. PILÓ, Luis B. E Museo Lundii. **Revista O Carste**. Grupo Bambuí de Pesquisas Espeleológicas, Brasil, vol. 17, n 1, p. 1-7, Janeiro 2005.

NEVES, Benjamim Bley de Brito. Crátons e Faixas Móveis. **Bol. IG-USP**, Sér. didát. [online]. 1995, n.7, pp. 1-187. Disponível em: <<http://papegeo.igc.usp.br/pdf/bigsd/n7/01.pdf>>. Acesso em: 03 jan. 2016.

NOVINSKY, Anita. Ser marrano em Minas Colonial. **Rev. bras. Hist. [online]**. 2001, vol.21, n.40, pp. 161-175. ISSN 1806-9347. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbh/v21n40/a08v2140.pdf>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

OLIVEIRA, Livia e MACHADO, Lucy M.C.P.Wanderley, Vernaide e MENESES, Eugênia. "A Percepção da Paisagem como Metodologia de Investigação Geográfica". **II Encuentro de Geógrafos de América Latina**, Montevideo, Uruguay, 1989.p.313-323. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal2/Teoriaymetodo/Metodologicos/01.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2015

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 4. ed. rev. e ampl. 2002. 175p.

OLIVEIRA, Livia de. Ainda sobre percepção, cognição e representação em geografia. p.189 – 196. In: MENDONÇA, Francisco; KOZEL, Salete (Org.). **Elementos de epistemologia da geografia contemporânea**. Ed. rev. Curitiba: Ed. UFPR, 2009. 265p. (Série Pesquisa; 147)

OLIVEIRA, Livia de. A construção do espaço, segundo Jean Piaget. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, 17 (33): 105 – 117, dez. 2005.

PALHARES, Guilherme Lohmann; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2012. 492 p

PLANO DE MANEJO DO MONUMENTO NATURAL ESTADUAL PETER LUND  
Gruta do Maquiné. Encarte 1 Diagnóstico no Monumento Natural Estadual Peter Lund. Viçosa, MG. Agosto de 2011.

PEARCE, Douglas G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003. 388p. (Turismo)

PEARCE, Philip L. Analysing tourist attractions. **Journal of Tourist Studies**, v2, nº1, p.64-55, 1991. Disponível em: [https://www.jcu.edu.au/data/assets/pdf\\_file/0009/122877/jcudev\\_012326.pdf](https://www.jcu.edu.au/data/assets/pdf_file/0009/122877/jcudev_012326.pdf) >. Acesso em: 21 dez. 2015

PIEKARZ, Gil F. **Geoturismo no Karst: Almirante Tamandaré, Campo Magro, Colombo**. Curitiba: MINEROPAR, 2011. 121 p.

PEREIRA, Cássio Avelino S. **A trajetória da política de turismo em Minas Gerais e o papel do Poder Legislativo em sua transformação**. 1999. 176f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Ciência Política.

PILÒ, Luís B. P.W.Lund e a Geomorfologia Cárstica de Lagoa Santa. **Revista O Carste**. Grupo Bambuí de Pesquisas Espeleológicas, Brasil, vol. 14, n 1, p. 12-17, Janeiro 2002.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do Turismo no Brasil: hospedeiros e viajantes no século XIX**. São Paulo: Manole, 2001. 236p.

Plog, S.C. (1991), *Leisure Travel: marking it a growyh Market again*, Wiley, Nova York.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, ed. rev. e atual, 2. 2002. 157p. (Turismo).

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional X situação brasileira**. 6. ed. Campinas (SP): Papirus, 2002(b). 167p. (Turismo)

ROCHA, Luiz Otávio Savassi. **João Guimarães Rosa**. Belo Horizonte: Imprensa da UFMG, 1981. 89p.

RODRIGUES. Adyr Balastrieri. Geografia do Turismo: novos desafios. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC São Paulo, 3. ed., 2003. p. 87 a 122.

RODRIGUES. Adyr Balastrieri. Geografia e Turismo - Notas Introdutórias. **RDG - Revista do Departamento de Geografia v. 6 (1992)**. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/47112/50833>>. Acesso em: 31 ago. 2015

ROMEIRO, Adriana; BOTELHO, Angela Vianna. **Dicionário histórico das Minas Gerais: período colonial**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. 319 p.

ROSA, João Guimarães. Biografia e Bibliografia. **Academia Brasileira de Letras**. Disponível em: <<http://www.academia.org.br/abl/cgi/Cqilua.exe/sys/start.htm?infoid=681&sid=96>>. Acesso em: 26 jan. 2015.

ROSS, Jurandyr L. Sanches (Org.). **Geografia do Brasil**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, (Didática; 3). 2011. 549p.

RUBBIOLI. Ezio Luiz; AULER, Augusto. Peter Andreas Brandt e os levantamentos topográficos das grutas pesquisadas por Lund. **O Carste**, Belo Horizonte, v. 14. N. 1, 2002. p.18-23.

SANCHO, Amparo et al. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 1998. 371p.

SANTANA, Agustín. **Antropologia y turismo: nuevas hordas, viejas culturas?**. Barcelona: Ediciones Ariel, c1997. 220p. (Ariel antropologia)

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; KADOTA, Décio Katsushigue. **Economia do turismo**. São Paulo: Aleph, 2012. 470, [1] (Turismo)

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP, 2002. 384p.



SARMENTO, João. Geografia cultural e Geografia do turismo: configurações para o final da década de 90. **Inforgeo**, v.1, n. 12/13, p. 163-172, 1999. Disponível em: <[http://www.apgeo.pt/files/section44/1257762827\\_INFORGEO\\_12\\_13\\_P163a172.pdf](http://www.apgeo.pt/files/section44/1257762827_INFORGEO_12_13_P163a172.pdf)>. Acesso em: 18 ago. 2015.

Secretaria Estadual de Educação de Minas Gerais. Lista de Escolas. Disponível em: <[https://www.educacao.mg.gov.br/images/stories/escolas/2016/05\\_2016\\_-\\_CADASTRO\\_DE\\_ESCOLAS.xls](https://www.educacao.mg.gov.br/images/stories/escolas/2016/05_2016_-_CADASTRO_DE_ESCOLAS.xls)>. Acesso em: 02 mar. 2015

SCHULTE, Silke. Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. **Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES** Dirección de Proyectos y Programación de Inversiones Santiago do Chile: Cepal: Ilpes, jul. 2003. (Série Manuales, 25.). Disponível em: <[http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5589/S2003705\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5589/S2003705_es.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 17 Jun. 2015

SILVA, Cláudio Maurício Teixeira da, SIMOES, Paulo Rodrigo. Gruta do Salitre (MG 361): geoespeleologia e espeleotemas. **Rem: Rev. Esc. Minas**. 2002, vol.55, n.4, pp. 277-284. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rem/v55n4/v55n4a09.pdf>>. Acesso em: 30 Jan. 2015.

SILVA JÚNIOR, José Henrique da. **A política interna de turismo no Brasil: (1992-2002)**. Belo Horizonte: FUMEC, FACE, C/Arte, 2004. 123p. (Série FACE/FUMEC).

SOLHA, Karina Toledo. Evolução do Turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Mirian (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002. p.123-162.

STERLL, Michael. O acervo de P.W.Lund na Dinamarca. **Revista O Carste**. Grupo Bambuí de Pesquisas Espeleológicas, Brasil, vol. 14, n 1, Janeiro 2002. p. 64-67.

THEOBALD, William F. Significado, Âmbito e Dimensão do Turismo. In: THEOBALD, William F.(Organizador). Tradução Anna Maria Capovilla, Maria Cristina Guimarães Cupertino, João Ricardo Barros Penteado. **Turismo global**. São Paulo: Ed. SENAC, p. 510, 2. ed., 2002. p. 27 -44.

THUROT, J.M (1973). Le Tourisme Tropical Balnéaire: le modele Caribe e ses extensions. Aix-en\_Provence, **Centre d'Etudes du Tourisme**, Thesis, cit por Pearce, 1991.

The Tourism Society. Disponível em: <<http://www.tourismsociety.org/>>. Acesso em: 09 Maio 2015.

TORRE PADILLA, Oscar de la. **El turismo: fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1994. 134p.

TORRE, Francisco de La. **Sistemas de transporte turístico**. São Paulo: Roca,, 2002. 286 p

TRAVASSOS, Luiz Eduardo Panisset. **Caracterização do carste da região de Cordisburgo, Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Tratamento da Informação Espacial. p. 95, 2007.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Londrina: Eduel, 2013. 247p.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: DIFEL, vii, 1980. 288p.

UNESCO. O Patrimônio: legado do passado ao futuro. Representação da UNESCO no Brasil. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/heritage-legacy-from-past-to-the-future/>>. Acesso em: 01 jan.2015.

VIEIRA, Mirna Lygia; OLIVEIRA, Livia de. **Imagem Turística. Geografia**. Rio Claro, Vol.25 (1): 23 -25, abril 2000. Disponível em: <<http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/ageteo/article/view/3003/2504>>. Acesso em: 23 dez. 2015.

VOGELER RUIZ, Carlos; HERNÁNDEZ ARMAND, Enrique. **El mercado turístico: estructura, operaciones y proceso de producción**. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, xiv, p. 739, 2000.

WebAtlas – Atlas Digital de Minas Gerais. Disponível em: <[http://www.iga.mg.gov.br/mapserv\\_iga/atlas/FONTES/WATutorial.php](http://www.iga.mg.gov.br/mapserv_iga/atlas/FONTES/WATutorial.php)>. Acesso em: 01 jan.2015.

XAVIER, Herbe. Contribuição de Gibson e Lynch para a Percepção geográfica. **Caderno de Geografia** (PUCMG). Belo Horizonte, v. 2, n.1, p. 67-78, 1991.

XAVIER, Herbe. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo: Aleph, 2007. 106 p. (Turismo).

ZEE, Zoneamento Ecológico – Econômico do Estado de Minas Gerais. Mapeamento da cobertura vegetal. Disponível em: <<http://geosisemanet.meioambiente.mg.gov.br/zee/>>. Acesso em: 09 mar. 2016.



## GLOSSÁRIO

**Antepaís:** O antepaís é a zona do cráton (com embasamento ou cobertura presente) bordejando uma faixa móvel, ou ligada de certa forma à evolução da faixa móvel vizinha para onde se dirigem os falhamentos inversos e as dobras recumbentes. (NEVES, 1995, p.34)

**Argilitos:** rocha compacta produzida pela compressão de argilas e clivando-se segundo os planos de estratificação. É também chamada de argila xistosa. O argilito é uma rocha mais dura que as argilas comuns ou os folhelhos e mais mole que a ardósia. (GUERRA, 2011, p.61)

**Bacia:** Depressão de forma variada ou conjunto de terras pouco inclinadas, podendo ser ocupada ou não com rios, lagos, etc. Esta forma de relevo se opõe aos maciços, cadeias de montanhas, planaltos, etc. (GUERRA, 2011, p. 75).

**Bacias Hidrográficas:** Conjunto de terras drenadas por um rio principal e seus afluentes. Nas depressões longitudinais se verifica a concentração das águas das chuvas, isto é, do lençol de escoamento superficial, dando o lençol concentrado – os rios. A noção de bacia hidrográfica obriga naturalmente a existência de cabeceiras ou nascentes, divisores d' água, cursos d'água principais, afluentes, subafluentes. (GUERRA, 2011, p. 76,77).

**Bacias sedimentares:** depressão enchida com detritos carregados das áreas circunjacentes. A estrutura dessas áreas é geralmente composta por estratos concordantes ou quase concordantes, que mergulham normalmente da periferia para o centro da bacia. (GUERRA, 2011, p.77,78).

**Bioma:** Associação relativamente homogênea de animais e vegetais em equilíbrio entre si e com o meio físico. Os biomas são vinculados às faixas de latitude, como, por exemplo, a floresta tropical (latitude baixa) ou a tundra (latitude alta). É o conjunto de ecossistemas terrestres. É caracterizado pelos tipos fisionômicos semelhantes de vegetação. (JURANDYR ROSS, 2011, p.536)

Carstico:

**Ciclo brasileiro:** teve o auge de seu desenvolvimento nesta porção centro-oriental e o referencial de correlação está na África e em outras massas continentais no hemisfério sul. Resultando de uma série de eventos tectono-orogénico. Houve no Brasileiro grande predomínio de deformação, retrabalhamento, modelamento e processos afins, sobre acresção crustal intrinsecamente falando. Entretanto, foram

estes processos que deram praticamente a última forma ao substrato Pré-Cambriano da Plataforma, incluindo o arranjo dos domínios amplos (superprovíncias) – Pré-Brasiliano e Brasileiro. (CPRM, 2003).

**Cidade:** A localidade onde está sediada a prefeitura municipal tem a categoria de cidade. (IBGE, 2010, p.212)

**Coluna calcária:** formada da ligação de estalactites com estalagmite no interior de uma gruta. O aspecto dessas formas é complicado, por causa da irregularidade da precipitação da calcita que é carregada sob a forma de bicarbonato de cálcio nas águas ricas em gás carbônico. (GUERRA, 2011, p.148).

**Cráton:** Massa de rochas pré-paleozóicas que não sofreram dobramentos orogênicos posteriores. (JURANDYR ROSS, 2011, p.536)

**Denudação ou desnudação:** o arrasamento das formas de relevo mais salientes, pelo efeito conjugado dos diferentes agentes erosivos (GUERRA, 2011, p.187,188)

**Depressão:** área ou porção do relevo situada abaixo do nível do mar, ou abaixo do nível das regiões que lhe estão próximas. As depressões do primeiro tipo, isto é, abaixo do nível do mar são denominadas de depressões absolutas e as do segundo tipo, de depressões relativas. (GUERRA, 2011, p. 191-193).

**Dissecado (relevo):** é a paisagem trabalhada pelos agentes erosivos. (GUERRA, 2011, p. 207).

**Dolinas:** Cavidade natural em forma de funil, comunicada verticalmente a um sistema de drenagem subterrânea, em região de rochas calcárias. Distinguem-se dois tipos: a) Dolina de dissolução, formada por água de infiltração, alargando fendas; b) Dolina de desmoronamento, formada por desmoronamento do teto de uma caverna subterrânea. As dolinas atingem diâmetros de até 100 m, e profundidades de várias centenas de metros. (PIEKARZ, 2011, p.110)

**Estalactite:** forma pendente do teto de uma gruta e resultante da precipitação do bicarbonato de cálcio, trazido em dissolução na água. (GUERRA, 2011, 248).

**Estalagmite:** proveniente de pingos d'água que caem do teto de grutas, carregados de bicarbonato de cálcio. (GUERRA, 2011, 248).

**Fanerozóico:** Denominação dada ao período geológico que compreende as eras paleozóica, mesozóica e cenozóica, quando a vida começa a aparecer e se expressa em suas várias formas (GUERRA, 2011, p. 268)

**Floresta estacional ou decidual:** São aquelas cujas árvores perdem todas as folhas numa certa época do ano. (JURANDYR ROSS, 2011, p.537)

**Folhelhos:** rocha sedimentar finamente laminada, não metamórfica, constituída, de material muito fino. (GUERRA, 2011, p. 281).

**Inselberg:** Saliências rochosas existentes em regiões de clima árido e semiárido quente. Os inselbergs são constituídos, em geral, por granitos, migmatitos, ou outras rochas de grande resistência. (JURANDYR ROSS, 2011, p.537)

**Litoestratigrafia:** É o elemento da estratigrafia relacionado com a descrição e nomenclatura das rochas da Terra com base nas suas litologias e suas relações estratigráficas. (GUIA ESTRATIGRÁFICO INTERNACIONAL, 2003, p.17).

**Maciço:** termo descritivo, usado em geografia para as áreas montanhosas, que já foram parcialmente erodidos. (GUERRA, 2011, p. 403).

**Metamórfica (rocha):** resulta da transformação de outras rochas preexistentes. Quando esta transformação é feita em rochas eruptivas, estas são chamadas de ortometamórficas e, no caso das rochas sedimentares, denominadas de parametamórficas. (GUERRA, 2011, p.443).

**Município:** Unidade autônoma de menor hierarquia dentro da organização político-administrativa do Brasil. Sua criação, incorporação, fusão ou desmembramento depende de leis estaduais, que devem observar o período determinado por lei complementar federal e a necessidade de consulta prévia, mediante plebiscito, às populações envolvidas, após divulgação dos estudos de viabilidade municipal, apresentados e publicados na forma da lei. Os municípios são regidos por leis orgânicas, observados os princípios estabelecidos na Constituição Federal do Brasil, e na constituição do estado onde se situam, e podem criar, organizar e suprimir distritos. A localidade onde está sediada a prefeitura municipal tem a categoria de cidade. (IBGE, 2010, p.212)

**Nicho:** designação usada em geomorfologia, com duplo sentido: para indicar as cavidades que se encontram nas paredes de uma rocha (mesmo que tafone), ou ainda para o sulco escavado nas falésias pela erosão marinha. (GUERRA, 2011, p. 446).

**Plataformas:** As plataformas ou crátons são os tipos crustais continentais mais importantes em termos de expressão territorial, espessura litosférica (tectosfera), volume, estabilidade tectônica, sendo os mais estáveis e os mais duradouros. As plataformas são constituídas de alguns núcleos cratônicos mais antigos circunscritos por orógenos proterozóicos já consolidados. (NEVES, 1995, p. 13)

**Planalto:** extensão de terrenos sedimentares mais ou menos planos, situados em altitude variáveis. Em geomorfologia usa-se, às vezes, este termo como sinônimo de superfície pouco acidentada, para designar grandes massas de relevo arrasadas pela erosão, constituindo uma superfície de erosão. (GUERRA, 2011, p.489-491).

**Planície:** extensão de terreno mais ou menos plano onde os processos de agradiação superam os de degradação. É necessário salientar que existem planícies, que podem estar mais de 1000 metros de altitude, que constituem as chamadas planícies de nível de base local, ou planícies de montanhas. (GUERRA, 2011, p.492-494).

**Pleistoceno:** Período que segue ao plioceno e marca o início do Quaternário. Nesse período apareceu a maioria das espécies atuais. Corresponde ao *paleolítico* dos arqueólogos. O Pleistoceno é também chamado época glacial ou recente, ou, ainda, quaternário antigo ou diluviano. (GUERRA, 2011, p. 497).

**Poliés:** uma grande planície de corrosão, alcançando centenas de quilômetros e apresentando fundo plano atravessando por um fluxo contínuo de água que pode ser confinada em algum ponto por um sumidouro. (KOHLENER, 2011, p.313)

**Ressurgência:** fonte de água que aparece em terrenos calcários, sendo também chamada de fonte voclusiana. Estas fontes são caracterizadas pela grande abundância de água e, também, pela intermitência. Na maioria dos casos não possuem de antigos cursos de água sumidos, que ressurgem. (GUERRA, 2011, p.542,543).

**Rochas:** conjunto de minerais, ou apenas um mineral consolidado. (GUERRA, 2011, p.549-551).

**Siltito:** Uma rocha clássica que contém predominantemente silte e é similar ao lamito ou arenito de granulação muito fina. (PARA ENTENDER A TERRA, 2008, p.640).

**Sumidouro:** depressões onde pode existir uma circulação subterrânea (GUERRA, 2011, p.591).

**Tectônico (relevo):** formas topográficas da superfície do globo terrestre que resultam da movimentação feita pelas forças tectônicas. (GUERRA, 2011, p.597).

**Uvalas:** são depressões em forma de uma flor, com fundo irregular, apresentando um ou múltiplos sumidouros, podendo se transformar em lagoas temporárias, como outras depressões cársticas. (KOHLENER, 2011, p.314)

## APÊNDICE A – Linha do Tempo

A trajetória da carreira Diplomática e Literária pode ser visualizada melhor através da linha do tempo, no apêndice.

- 1925** – Entra para Medicina na Universidade Federal de Minas Gerais;
- 1929** – Escreve quatro contos, para um concurso promovido pela revista O Cruzeiro;
- 1930**- Forma em Medicina, casa-se com Lígia Cabral Penna, tem duas filhas: Vilma e Agnes, separando anos depois;
- 1932** - Voluntário na Força Pública durante a Revolução Constitucionalista;
- 1933**- Torna-se Oficial Médico do 9º Batalhão de Infantaria em Barbacena (MG);
- 1934** - Prestou concurso para o Ministério do Exterior, obtendo o segundo lugar.
- 1936** - A coletânea de poemas Magma recebe o prêmio de poesia da Academia Brasileira de Letras;
- 1937**- Concorre ao prêmio HUMBERTO DE CAMPOS, com o volume intitulado Contos, sob o pseudônimo de "Viator";
- 1938 – 1942** - Nomeado Cônsul Adjunto em Hamburgo, conhece Aracy Moebius de Carvalho (Ara), sua segunda esposa;
- 1942** – Brasil rompe com a Alemanha, Guimarães Rosa é internado em Baden-Baden, com outros brasileiros, durante quatro meses, sendo libertados em troca de diplomatas alemães, retorna ao Brasil;
- 1942 -1944** – Vai para Bogotá como Secretário da Embaixada;
- 1945** – Retorna ao Brasil,
- 1946** – Nomeado chefe-de-gabinete do ministro João Neves da Fontoura, vai para Paris como membro da delegação à Conferência de Paz, publica o livro Sagarana, e recebe o Prêmio Filipe d'Oliveira pelo livro;
- 1947** – Publica no Correio da Manhã a reportagem poética, Com vaqueiro Mariano, sendo publicada novamente em 1952;
- 1948** – Retorna a Bogotá como Secretário-Geral da delegação brasileira à IX Conferência Interamericana, representa o Brasil na Sessão Extraordinária da Conferência da UNESCO;
- 1948- 1951**- Primeiro-secretário e Conselheiro de Embaixada em Paris;
- 1948 a 1950** – Vai para Paris como 1º Secretário e Conselheiro da Embaixada;

**1949** - Trabalha como delegado do Brasil à IV Sessão da Conferência Geral da UNESCO, em Paris;

**1951** - Retorna ao Brasil, é nomeado Chefe de Gabinete de João Neves da Fontoura;

**1952** - Guimarães Rosa junto com vaqueiros realizam uma viagem pelo sertão de Minas Gerais;

**1953** – Torna-se Chefe da Divisão de Orçamento;

**1956** – Publica Corpo de Baile com 824 páginas, sendo desmembrado em três livros: Corpo de Baile, No Urubùquaquá, no Pinhém (1965) e Noite no Sertão (1965); publica o livro Grande Sertão: Veredas, que recebe três prêmios nacionais: o Machado de Assis, do Instituto Nacional do Livro; o Carmen Dolores Barbosa, de São Paulo; e o Paula Brito, do Rio de Janeiro;

**1957** - Recebe o Prêmio Paula Brito;

**1958** - Promovido a Ministro de Primeira Classe (cargo correspondente a Embaixador), Guimarães Rosa tem um ataque cardíaco;

**1961** – Recebe o Prêmio Machado de Assis, concedido pela Academia Brasileira de Letras, pelo conjunto da obra; começa a obter reconhecimento no exterior;

**1962** – Publica Primeiras Histórias (com 21 contos), assume a chefia do Serviço de Demarcação de Fronteiras, cargo que exerceria com especial empenho, tendo tomado parte ativa em momentosos casos como os do Pico da Neblina (1965) e das Sete Quedas (1966);

**1963** – Candidata-se pela segunda vez à Academia Brasileira de Letras, é eleito por unanimidade, toma posse em 1967, publica Primeiras estórias recebeu o Prêmio do PEN Clube do Brasil;

**1964** – Publica Campo geral;

**1965** - Participa do Congresso de Escritores Latino-Americanos, em Gênova; fica constituída a Primeira Sociedade de Escritores Latino-Americanos, da qual o próprio Guimarães Rosa é eleito vice-presidente;

**1967** - Vai ao México representando o Brasil no I Congresso Latino-Americano de Escritores, como vice-presidente, participa do júri do 2º Concurso Nacional de Romance “Wamap”, publica o livro Tutaméia; Guimarães Rosa teve livros publicados após a sua morte como: Estas estórias; Ave, Palavras; Guimarães Rosa morre em seu apartamento;

**1969** - Em homenagem ao seu trabalho como diplomata, seu nome é dado ao pico culminante (2.150 m) da Cordilheira Curupira, situado na fronteira Brasil/Venezuela;

**1969** – Publicam Estas estórias, contos, livro póstumo.

## APÊNDICE B - Termo de Consentimento e questionários



### PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Pró-Reitoria de Pesquisa e de Pós-graduação  
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

N.º Registro CEP: CAAE: 51716715.0.0000.5137

Título do Projeto: A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO: uma abordagem geográfica

Prezado Sr. (a),

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa que, objetiva compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo.

Você foi selecionado (a) porque apresenta o perfil necessário como proprietário de empresa turística, por isso está apto a avaliar a infraestrutura dos atrativos turísticos, os equipamentos turísticos e os problemas do município de Cordisburgo. A sua participação nesse estudo consiste em responder a um questionário que auxiliará na coleta de dados com o objetivo de realizar este estudo. Os questionários serão aplicados no setor hoteleiro, no setor de alimentação e nos gestores da Gruta de Maquiné, do Museu da Gruta de Maquiné e do Museu Casa Guimarães Rosa. Este estudo não traz nenhum risco ou desconforto para os proprietários de empresas turísticas e gestores.



Sua participação é muito importante e voluntária e, conseqüentemente, não haverá pagamento por participar desse estudo. Em contrapartida, você também não terá nenhum gasto.

As informações obtidas nesse estudo serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as fases da pesquisa, e quando da apresentação dos resultados em publicação científica ou educativa, uma vez que os resultados serão sempre apresentados como retrato de um grupo e não de uma pessoa. Você poderá se recusar a participar ou a responder algumas das questões a qualquer momento, não havendo nenhum prejuízo pessoal se esta for a sua decisão.

Todo material coletado durante a pesquisa ficará sob a guarda e responsabilidade do pesquisador responsável pelo período de 5 (cinco) anos e, após esse período, será destruído.

Os resultados dessa pesquisa servirão para subsidiar um diagnóstico fundamental para o desenvolvimento não apenas do turismo, mas, sobretudo, na promoção do seu crescimento econômico sustentável, do município de Cordisburgo em Minas Gerais e demais municípios.

Para todos os participantes, em caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa, será observada, nos termos da lei, a responsabilidade civil.

Av. Dom José Gaspar, 500 - Fone: 3319-4517 - Fax: 3319-4517.  
CEP 30535.610 - Belo Horizonte - Minas Gerais- Brasil  
e-mail: [cep.proppg@pucminas.br](mailto:cep.proppg@pucminas.br)



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS  
GERAIS**

Pró-Reitoria de Pesquisa e de Pós-graduação  
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP

## **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

N.º Registro CEP: CAAE: 51716715.0.0000.5137

Título do Projeto: A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO: uma abordagem geográfica

Prezado Sr. (a),

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa que objetiva compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo.

Você foi selecionado (a) porque reside no município de Cordisburgo, e por ser uma referência na comunidade, conhecendo as necessidades dos moradores e os potenciais dos atrativos turísticos. A sua participação nesse estudo consiste em responder a um questionário que auxiliará na coleta de dados com o objetivo de realizar este estudo. Os questionários serão aplicados nos líderes comunitárias, nos moradores mais antigos, nos diretores de escolas, nas associações comunitárias. Este estudo não traz nenhum risco ou desconforto para os moradores.

Sua participação é muito importante e voluntária e, conseqüentemente, não haverá pagamento por participar desse estudo. Em contrapartida, você também não terá nenhum gasto.

As informações obtidas nesse estudo serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as fases da pesquisa, e quando da apresentação dos resultados em publicação científica ou educativa, uma vez que os resultados

serão sempre apresentados como retrato de um grupo e não de uma pessoa. Você poderá se recusar a participar ou a responder algumas das questões a qualquer momento, não havendo nenhum prejuízo pessoal se esta for a sua decisão.

Todo material coletado durante a pesquisa ficará sob a guarda e responsabilidade do pesquisador responsável pelo período de 5 (cinco) anos e, após esse período, será destruído.

Os resultados dessa pesquisa servirão para subsidiar um diagnóstico fundamental para o desenvolvimento não apenas do turismo, mas, sobretudo, na promoção do seu crescimento econômico sustentável, do município de Cordisburgo em Minas Gerais e demais municípios.

Para todos os participantes, em caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa, será observada, nos termos da lei, a responsabilidade civil.

Av. Dom José Gaspar, 500 - Fone: 3319-4517 - Fax: 3319-4517  
CEP 30535.610 - Belo Horizonte - Minas Gerais- Brasil  
e-mail: [cep.proppg@pucminas.br](mailto:cep.proppg@pucminas.br)



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS  
GERAIS**

Pró-Reitoria de Pesquisa e de Pós-graduação  
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP

## **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

N.º Registro CEP: CAAE 51716715.0.0000.5137

Título do Projeto: A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO: uma abordagem geográfica

Prezado Sr (a),

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa que, objetiva compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo.

O senhor (a) foi convidado (a) a participar deste estudo por ser um representante do poder público, e por conhecer as ações para o desenvolvimento econômico, possibilitado pelo turismo no município de Cordisburgo, podendo assim avaliar a infraestrutura dos atrativos turísticos, os equipamentos turísticos e os problemas do município de Cordisburgo. A sua participação nesse estudo consiste em responder a um questionário que auxiliará na coleta de dados com o objetivo de realizar este estudo. Os questionários serão aplicados nos representantes do Poder Público, no Prefeito, no Vice-Prefeito, no Secretário de Turismo, nos delegados de polícia. Este estudo não traz nenhum risco ou desconforto para os representantes do poder público. Os riscos (e/ou desconfortos) envolvidos nesse estudo são

Sua participação é muito importante e voluntária e, conseqüentemente, não haverá pagamento por participar desse estudo. Em contrapartida, você também não terá nenhum gasto.

As informações obtidas nesse estudo serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as fases da pesquisa, e quando da apresentação dos resultados em publicação científica ou educativa, uma vez que os resultados serão sempre apresentados como retrato de um grupo e não de uma pessoa. Você poderá se recusar a participar ou a responder algumas das questões a qualquer momento, não havendo nenhum prejuízo pessoal se esta for a sua decisão.

Todo material coletado durante a pesquisa ficará sob a guarda e responsabilidade do pesquisador responsável pelo período de 5 (cinco) anos e, após esse período, será destruído.

Os resultados dessa pesquisa servirão para subsidiar um diagnóstico fundamental para o desenvolvimento, não apenas do turismo, mas, sobretudo, na promoção do seu crescimento econômico sustentável, do município de Cordisburgo em Minas Gerais e demais municípios.

Para todos os participantes, em caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa, será observada, nos termos da lei, a responsabilidade civil.

Av. Dom José Gaspar, 500 - Fone: 3319-4517 - Fax: 3319-4517  
CEP 30535.610 - Belo Horizonte - Minas Gerais- Brasil  
e-mail: [cep.proppg@pucminas.br](mailto:cep.proppg@pucminas.br)



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**

Pró-Reitoria de Pesquisa e de Pós-graduação  
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP

## **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

N.º Registro CEP: CAAE: 51716715.0.0000.5137

Título do Projeto: A ATIVIDADE TURÍSTICA EM CORDISBURGO: uma abordagem geográfica

Prezado Sr (a),

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa que, objetiva compreender os potenciais turísticos naturais e culturais e os entraves à atividade turística no município de Cordisburgo.

Você foi selecionado (a) porque apresenta o perfil necessário como turista para avaliar a infraestrutura dos atrativos turísticos e os equipamentos turísticos do município de Cordisburgo. A sua participação nesse estudo consiste em responder a um questionário que auxiliará na coleta de dados com o objetivo de realizar este estudo. Os questionários serão aplicados no Museu Casa Guimarães Rosa, Museu Gruta de Maquiné e na Gruta de Maquiné, após as visitas dos turistas nos atrativos turísticos. Este estudo não traz nenhum risco ou desconforto para os turistas.

Sua participação é muito importante e voluntária e, conseqüentemente, não haverá pagamento por participar desse estudo. Em contrapartida, você também não terá nenhum gasto.

As informações obtidas nesse estudo serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação em todas as fases da pesquisa, e quando da apresentação dos resultados em publicação científica ou educativa, uma vez que os resultados

serão sempre apresentados como retrato de um grupo e não de uma pessoa. Você poderá se recusar a participar ou a responder algumas das questões a qualquer momento, não havendo nenhum prejuízo pessoal se esta for a sua decisão.

Todo material coletado durante a pesquisa ficará sob a guarda e responsabilidade do pesquisador responsável pelo período de 5 (cinco) anos e, após esse período, será destruído.

Os resultados dessa pesquisa servirão para subsidiar um diagnóstico fundamental para o desenvolvimento não apenas do turismo, mas, sobretudo, na promoção do seu crescimento econômico sustentável, do município de Cordisburgo em Minas Gerais e demais municípios.

Para todos os participantes, em caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa, será observada, nos termos da lei, a responsabilidade civil.

Av. Dom José Gaspar, 500 - Fone: 3319-4517 - Fax: 3319-4517  
CEP 30535.610 - Belo Horizonte - Minas Gerais - Brasil  
e-mail: [cep.proppg@pucminas.br](mailto:cep.proppg@pucminas.br)

## PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Este questionário faz parte de uma pesquisa que resultará na minha dissertação de mestrado. A sua opinião é muito importante e gostaria de poder contar com sua atenção por alguns minutos. Sua presteza e colaboração em responder às questões levantadas são extremamente importantes para os resultados do meu estudo. O questionário será utilizado exclusivamente para fins acadêmicos. As respostas recolhidas são confidenciais e anônimas. Desde já agradeço a sua atenção.

### ROTEIRO DE PESQUISA PARA MORADOR LOCAL

#### PERFIL SOCIOECONÔMICO

<b>1.</b>	<b>Sexo</b>	
1.1	Masculino	
1.2	Feminino	
<b>2.</b>	<b>Faixa etária</b>	
2.1	15 - 20 anos	
2.2	21 - 25 anos	
2.3	26 - 30 anos	
2.4	31 - 35 anos	
2.5	36 - 40 anos	
2.6	41 - 45 anos	
2.7	46 - 50 anos	
2.8	Acima de 51 anos	
2.9	Não respondeu	
<b>3.</b>	<b>Nível Escolar</b>	
3.1	Sem escolarização	
3.2	Fundamental incompleto	
3.3	Fundamental completo	
3.4	Médio incompleto	
3.5	Médio completo	
3.6	Superior incompleto	
3.7	Superior completo	
3.8	Pós-graduação	
3.9	Não respondeu	
3.10	Sem escolarização	
<b>4.</b>	<b>Você trabalha em Cordisburgo?</b>	
4.1	Sim	
4.2	Não	
<b>5.</b>	<b>Em qual atividade?</b>	

<b>6.</b>	<b>Você nasceu em Cordisburgo?</b>	
6.1	Sim	
6.2	Não	
<b>7.</b>	<b>Há quanto tempo o Sr.(a) reside em Cordisburgo?</b>	
7.1	Menos de 5 anos	
7.2	De 5 a 10 anos	
7.3	De 11 a 20 anos	
7.4	Mais de 20 anos	
7.6	Não respondeu	
<b>SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS</b>		
Na sua opinião, avalie os serviços e equipamentos turísticos de Cordisburgo.		
<b>8.</b>	<b>Quais os principais aspectos positivos de Cordisburgo?</b>	
<b>9.</b>	<b>Quais os principais aspectos negativos de Cordisburgo?</b>	
<b>10.</b>	<b>Que sugestões você daria para melhorar de Cordisburgo?</b>	



11.	<b>Você é favorável à atividade turística em Cordisburgo?</b> Porque?
12.	<b>Na sua opinião, que benefícios a atividade turística pode trazer para Cordisburgo?</b>
13.	<b>Na sua opinião, a atividade turística deve ser ampliada em Cordisburgo? Por que?</b>
14.	<b>Quais os aspectos os aspectos da cidade deveriam ser explorados pela atividade turística?</b>

15.	<b>Que sugestões você daria para melhorar/ampliar a atratividade turística de Cordisburgo?</b>
16.	<b>Você sabe que Cordisburgo faz parte do “Circuito Turístico das Grutas”</b>
16.1	Sim
16.2	Não
17.	<b>Na sua opinião, houve melhoria após a criação do Circuito das Grutas em 2006?</b>
17.1	Sim
17.2	Não
18.	<b>Quais os atrativos de Cordisburgo você conhece?</b>
18.1	Caminhada Eco Literária
18.2	Capela Patriarca São José
18.3	Casa Elefante
18.4	Cachoeira do João Parriba
18.5	Cachoeira do Fio
18.6	Gruta do Maquiné
18.7	Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus
18.8	Igreja do Nossa Senhora Rosário
18.9	Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa
18.10	Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita
18.11	Estação Ferroviária
18.12	Lagoa dos Currais

18.13	Lagoa do Jaime Diniz	
18.14	Manifestações populares	
18.15	Morro do Urubu	
18.16	Museu Casa Guimarães Rosa	
18.17	Museu da Gruta de Maquiné	
18.18	Poço Azul	
18.19	Pedreira do Jovem	
18.20	Portal Grande Sertão	
18.21	Semana Roseana	

18.22	Zoológico de pedra Peter Lund	
<b>Agradeço por sua colaboração, pois sem ela a minha pesquisa não seria possível.</b>		
<b>Número:</b>		
<b>Data:</b>		
<b>Observação:</b>		

## PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Este questionário faz parte de uma pesquisa que resultará na minha dissertação de mestrado. A sua opinião é muito importante e gostaria de poder contar com sua atenção por alguns minutos. Sua presteza e colaboração em responder às questões levantadas são extremamente importantes para os resultados do meu estudo. O questionário será utilizado exclusivamente para fins acadêmicos. As respostas recolhidas são confidenciais e anônimas. Desde já agradeço a sua atenção.

### ROTEIRO DE PESQUISA PARA EMPREENDEDOR LOCAL PERFIL SOCIOECONÔMICO

<b>1.</b>	<b>Sexo</b>	
1.1	Masculino	
1.2	Feminino	
<b>2.</b>	<b>Faixa etária</b>	
2.1	15 - 20 anos	
2.2	21 - 25 anos	
2.3	26 - 30 anos	
2.4	31 - 35 anos	
2.5	36 - 40 anos	
2.6	41 - 45 anos	
2.7	46 – 50 anos	
2.8	Acima de 51 anos	
2.9	Não respondeu	
<b>3.</b>	<b>Nível Escolar</b>	
3.1	Sem escolarização	
3.2	Fundamental incompleto	
3.3	Fundamental completo	
3.4	Médio incompleto	
3.5	Médio completo	
3.6	Superior incompleto	
3.7	Superior completo	

3.8	Pós-graduação	
3.9	Não respondeu	
<b>4.</b>	<b>Você nasceu em Cordisburgo?</b>	
4.1	Sim	
4.2	Não	
<b>5.</b>	<b>Há quanto tempo o Sr.(a) reside em Cordisburgo?</b>	
5.1	Menos de 5 anos	
5.2	De 5 a 10 anos	
5.3	De 11 a 20 anos	
5.4	Mais de 21 anos	
5.6	Não respondeu	
<b>6.</b>	<b>Ramo de atividade</b>	
6.1	Hotelaria	
6.2	Restaurante/Bar	
6.3	Comércio	
6.4	Transporte	
6.5	Agência/Operadora de turismo	
6.6.	<b>Outro:</b>	
<b>7.</b>	<b>Há quanto tempo a empresa está em funcionamento?</b>	
7.1	<b>Qual é o perfil da sua clientela?</b>	
7.2	<b>O seu empreendimento sofre mudanças sazonais na sua demanda? Quais? Por que?</b>	

<b>8.</b>	<b>Você conhece os seguintes atrativos turísticos de Cordisburgo?</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
8.1	Caminhada Eco Literária		
8.2	Capela Patriarca São José		
8.3	Casa Elefante		
8.4	Cachoeira do João Parriba		
8.5	Cachoeira do Fio		
8.6	Gruta do Maquiné		
8.7	Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus		
8.8	Igreja do Nossa Senhora Rosário		
8.9	Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa		
8.10	Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita		
8.11	Estação Ferroviária		
8.12	Lagoa dos Currais		
8.13	Lagoa do Jaime Diniz		
8.14	Manifestações populares		
8.15	Morro do Urubu		
8.16	Museu Casa Guimarães Rosa		
8.17	Museu da Gruta de Maquiné		
8.18	Poço Azul		
8.19	Pedreira do Jovem		
8.20	Portal Grande Sertão		
8.21	Semana Roseana		
8.22	Zoológico de pedra Peter Lund		



## PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Este questionário faz parte de uma pesquisa que resultará na minha dissertação de mestrado. A sua opinião é muito importante e gostaria de poder contar com sua atenção por alguns minutos. Sua presteza e colaboração em responder às questões levantadas são extremamente importantes para os resultados do meu estudo. O questionário será utilizado exclusivamente para fins acadêmicos. As respostas recolhidas são confidenciais e anônimas. Desde já agradeço a sua atenção.

### ROTEIRO DE PESQUISA PARA PODER PÚBLICO

#### PERFIL SOCIOECONÔMICO

<b>1.</b>	<b>Sexo</b>	
1.1	Masculino	
1.2	Feminino	
<b>2.</b>	<b>Faixa etária</b>	
2.1	15 - 20 anos	
2.2	21 - 25 anos	
2.3	26 - 30 anos	
2.4	31 - 35 anos	
2.5	36 - 40 anos	
2.6	41 - 45 anos	
2.7	46 – 50 anos	
2.8	Acima de 51 anos	
2.9	Não respondeu	
<b>3.</b>	<b>Nível Escolar</b>	
3.1	Sem escolarização	
3.2	Fundamental incompleto	
3.3	Fundamental completo	
3.4	Médio incompleto	
3.5	Médio completo	
3.6	Superior incompleto	
3.7	Superior completo	
3.8	Pós-graduação	
3.9	Não respondeu	
<b>4.</b>	<b>Em qual Secretária / Departamento você</b>	

	trabalha?
<b>5.</b>	<b>Em qual função?</b>
<b>6.</b>	<b>Na sua opinião, a atividade turística deve ser fomentada em Cordisburgo? Por que?</b>
<b>7.</b>	<b>Quais os aspectos positivos em relação ao produto turístico de Cordisburgo?</b>
<b>8.</b>	<b>Quais os aspectos negativos em relação ao produto turístico de Cordisburgo?</b>
<b>9.</b>	<b>Existe uma política municipal voltada para o fomento da atividade turística no município?</b>

	<b>Qual?</b>
<b>10.</b>	<b>Que ações públicas têm sido utilizadas para atrair o turista para o município?</b>
<b>11.</b>	<b>Na sua opinião, o município esta preparado para receber adequadamente os turistas em relação a:</b>
<b>11.1</b>	A sinalização turística:
<b>11.2</b>	A localização / acesso dos atrativos:
<b>11.3</b>	A informação turística:

<b>11.4</b>	Os equipamentos de hospedagem
<b>11.5</b>	Os equipamentos de alimentação:
<b>11.6</b>	Os centros de artesanato
<b>11.7</b>	A infraestrutura urbana
<b>11.8</b>	O receptivo turístico
<b>12.</b>	<b>Na sua opinião , o Turismo tem contribuído para a melhoria nas condições de vida dos moradores de Cordisburgo?</b>





## PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Este questionário faz parte de uma pesquisa que resultará na minha dissertação de mestrado. A sua opinião é muito importante e gostaria de poder contar com sua atenção por alguns minutos. Sua presteza e colaboração em responder às questões levantadas são extremamente importantes para os resultados do meu estudo. O questionário será utilizado exclusivamente para fins acadêmicos. As respostas recolhidas são confidenciais e anônimas. Desde já agradeço a sua atenção.

### ROTEIRO DE PESQUISA PARA O TURISTA PERFIL SOCIOECONÔMICO

<b>1.</b>	<b>Sexo</b>	
1.1	Masculino	
1.2	Feminino	
<b>2.</b>	<b>Faixa etária</b>	
2.1	15 - 20 anos	
2.2	21 - 25 anos	
2.3	26 - 30 anos	
2.4	31 - 35 anos	
2.5	36 - 40 anos	
2.6	41 - 45 anos	
2.7	46 - 50 anos	
2.8	Acima de 51 anos	
2.9	Não respondeu	
<b>3.</b>	<b>Nível Escolar</b>	
3.1	Sem escolarização	
3.2	Fundamental incompleto	
3.3	Fundamental completo	
3.4	Médio incompleto	
3.5	Médio completo	
3.6	Superior incompleto	
3.7	Superior completo	
3.8	Pós-graduação	
3.9	Não respondeu	

<b>4.</b>	<b>Local da residência</b>	
4.1	Cidade/Estado:	
4.2	País	
4.3.	Não respondeu	
<b>5.</b>	<b>Tipo de transporte</b>	
5.1	Carro	
5.2	Ônibus regular	
5.3	Ônibus de turismo	
5.4	Outro	
5.5	Não respondeu	
<b>6.</b>	<b>Acompanhantes nesta viagem</b>	
6.1	Familiares	
6.2	Amigos	
6.3	Colegas	
6.4	Desacompanhado	
6.5	Não respondeu	
<b>7.</b>	<b>Com que frequência você visita Cordisburgo?</b>	
7.1	Primeira vez	
7.2	Segunda vez	
7.3	Terceira vez	
7.4	Quarta vez ou mais vezes	
7.5	Não respondeu	
<b>8.</b>	<b>Tempo de permanência</b>	
8.1	1 dia	
8.2	2 dias	
8.3	3 ou mais de 3 dias	
8.4	Não respondeu	
<b>9.</b>	<b>Tipo de hospedagem</b>	
9.1	Hotel/pousada	
9.2	Casa de amigos	
9.3	Não vai pernoitar	
<b>SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS</b>		
Na sua opinião, avalie os serviços e equipamentos turísticos de Cordisburgo.		

10.	Atrativos Turísticos	Você conhece		Já visitou		Gostaria de visitar	
		Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
10.1	Caminhada Eco Literária						
10.2	Capela Patriarca São José						
10.3	Casa Elefante						
10.4	Cachoeira do João Parriba						
10.5	Cachoeira do Fio						
10.6	Gruta do Maquiné						
10.7	Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus						
10.8	Igreja do Nossa Senhora Rosário						
10.9	Igreja Matriz de Santo Antônio da Lagoa						
10.10	Igreja Nossa Senhora do Rosário, distrito de Lagoa Bonita						
10.11	Estação Ferroviária						
10.12	Lagoa dos Currais						
10.13	Lagoa do Jaime Diniz						
10.14	Manifestações populares						
10.15	Morro do Urubu						
10.16	Museu Casa Guimarães Rosa						
10.17	Museu da Gruta de Maquiné						
10.18	Poço Azul						
10.19	Pedreira do Jovem						
10.20	Portal Grande Sertão						
10.21	Semana Roseana						
10.22	Zoológico de pedra Peter Lund						

11	Como avalia os atrativos turísticos	Sim	Parcialment e	Não
11.1	A sinalização dos atrativos é adequada			
11.2	A localização / acesso dos atrativos é adequada			
11.3	A informação turística é adequada			
11.4	Os equipamentos de hospedagem são adequados			
11.5	Os equipamentos de alimentação são adequados			
11.6	Os centros de artesanato são adequados			
11.7	A infraestrutura urbana é adequada			
11.8	O receptivo turístico é adequado			

<b>HOTELARIA</b> (Para os que se hospedaram)		<b>Parcialmente</b>	<b>Não</b>
	No geral o hotel/ Pousada atendeu as suas expectativas		
<b>PERCEPÇÃO TURÍSTICA</b>			
<b>13</b>	Quais os aspectos do local que o/a impressionaram, positivamente?		
<b>14.</b>	Quais os aspectos do local que o/a impressionaram, negativamente?		
<b>15.</b>	Na sua opinião o que falta na infraestrutura da cidade?		

<b>16.</b>	Que sugestões você daria para tornar a cidade melhor adequada ao turismo?
<b>Agradeço por sua colaboração, pois sem ela a minha pesquisa não seria possível.</b>	
<b>Número:</b>	
<b>Data:</b>	
<b>Observação:</b>	

