

**UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ**  
**Cláudia Liciely Barbosa e Silva**

**O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO  
REGIONAL**

**Uma análise da atividade turística no município de São  
José do Barreiro - SP**

**Taubaté – SP**  
**2017**

**Cláudia Liciely Barbosa e Silva**

**O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO  
REGIONAL**

**Uma análise da atividade turística no município de São  
José do Barreiro - SP**

Dissertação apresentada para obtenção do título de  
Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional da  
Universidade de Taubaté.  
Área de Concentração: Planejamento e Desenvolvimento  
Regional.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Franchi Carniello

**Taubaté – SP  
2017**

**CLÁUDIA LICELY BARBOSA E SILVA**

**O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL: uma análise  
da atividade turística no município de São José do Barreiro - SP**

Dissertação apresentada para obtenção do título de  
Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional da  
Universidade de Taubaté.  
Área de Concentração: Planejamento e Desenvolvimento  
Regional.

**Data:** \_\_\_\_\_

**Resultado:** \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Dr. Edson Trajano Vieira

Universidade de Taubaté

Assinatura \_\_\_\_\_

Prof. Dr. George Rembrandt Gutlich

Universidade de Taubaté

Assinatura \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Carlos Alberto Máximo Pimenta

Universidade Federal de Itajubá

Assinatura \_\_\_\_\_

Aos meus pais que fizeram de mim a mulher que sou;  
Ao Paulo Moreira que me disponibilizou todo apoio nessa missão.



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Franchi Carniello, que esteve junto em todo projeto auxiliando de forma sábia e criativa e a todos os professores do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional, da Universidade de Taubaté, que contribuíram com o meu saber, inclusive, os que participaram dos seminários e bancas. Ao meu conjugue Paulo Moreira, que apoiou e se preocupou comigo nessa trajetória, aos meus pais e irmãs que ficaram ao meu lado.

Agradeço ao Senac Guaratinguetá, representado pelo gerente Davi Marques, que disponibilizou condições para que eu pudesse realizar o mestrado; aos colegas de trabalho que me ajudaram no estudo de alguma forma; aos amigos de classe, que estiveram juntos mesmo distantes em extensão territorial; aos amigos do Município de São José do Barreiro, Camila e Rafael, João Paulo, Mateus, Sr. Paulo, Sra. Wilma que me acolheram no período do estudo; aos amigos Simone, Jonas, Daniel, Danielle, Mariléia, Joyce e Thais que me acompanharam nas pesquisas de campo, e ao parceiro na área do turismo Anderson Solcia pelas orientações, sugestões e amizade. Agradeço a Deus pela sabedoria e força disponibilizada no decorrer do estudo e em minha vida e a todos os que me ajudaram de alguma forma nessa missão para o conhecimento.

Somos o resultado dos livros que lemos, das viagens  
que fazemos e das pessoas que amamos.

Airton Ortiz

## RESUMO

O trabalho delimita-se a estudar o Município de São José do Barreiro e a atividade turística, como forma de contribuição para o crescimento local e regional, considerando que o município é uma estância turística e pertencente à região Metropolitana do Vale do Paraíba Paulista e microrregião de Bananal. Oriundo de um cenário da economia cafeeira no século XIX, a história retrata a cultura de um povo simples e rural, que busca por meio das atividades locais, como o turismo, movimentar a economia do município. O estudo analisa o cenário turístico, social e econômico de São José do Barreiro, triangulando métodos de observação dos atrativos; pesquisa qualitativa por meio de uma entrevista com o gestor público municipal e pesquisa quantitativa com a aplicação de um questionário a população. Para a finalização, houve a análise desse cenário por meio da ferramenta de gestão, Matriz SWOT, construída na observância dos pontos fortes e fracos, e das oportunidades e as ameaças ao município. Neste contexto, foi identificado que o município possui potencial turístico, mas necessita de gestão pública eficaz na área do turismo, como também, investimento em infraestrutura, planejamento turístico e divulgação dos atrativos existentes; além da necessidade de parcerias eficazes entre poder público, empresários locais e comunidade, na geração de emprego e renda.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Regional. Marketing Turístico. Marketing de Lugares; Turismo.

## **ABSTRACT**

This research aims to study the city of São José do Barreiro and its touristic activity as a way to contribute for the local and regional growth, considering it as touristic location being part of the Vale do Paraíba Metropolitan area and Bananal microregion. Its city foundation came from the coffee economy of the XIX century and its history is based on simple country people that have been working with local activities and tourism to improve the city economy. The study analyses the touristic, social and economic aspects of São José do Barreiro, gathering different methods of attractive observations, qualitative research from interviews with the city mayor and a quantitative research based on its population questionnaire. There was a scenery analysis based on the SWOT Analysis tool, building on its strength and weaknesses, opportunities and threats. It was identified a touristic potential for the city, but it needs an effective public management approach and marketing campaign of its attractions, besides strong partnerships among the State, private sector, local community, job generation and income.

**Keywords:** Regional development, Touristic marketing, Local marketing, Tourism.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cadeia Produtiva do Turismo.....	35
Figura 2 – Cemitério Velho.....	39
Figura 3 – Sala de estar da Casa Grande – Fazenda Pau D’Alho.....	40
Figura 4 – O marketing da oferta ao mercado.....	45
Figura 5 – Logomarca do Município de São José do Barreiro .....	49
Figura 6 – Mapa do município.....	60
Figura 7 – Balneário Água Santa.....	66
Figura 8 – Cachoeira Água Santa.....	67
Figura 9 – Trilha da Cachoeira da Mata.....	68
Figura 10 – Cachoeira da Mata .....	69
Figura 11 – Cachoeira do Paredão .....	70
Figura 12 – Cachoeira Santo Izidro .....	71
Figura 13 – Entrada do Cachoeirão .....	72
Figura 14 – Quedas D’Águas do Cachoeirão .....	73
Figura 15 – Carnaval com bloco de rua .....	74
Figura 16 – Entrada do Cemitério Velho .....	75
Figura 17 – Cemitério Velho.....	76
Figura 18 – Senzalas da Fazenda Pau D’Alho.....	77
Figura 19 – Fazenda São Francisco .....	78
Figura 20 – Maracujás da Feira .....	79
Figura 21 – Doces da Feira .....	80
Figura 22 – Rampa de acesso lateral da Igreja Matriz de São José.....	81
Figura 23 – Área interna da Igreja Matriz.....	81
Figura 24 – Esporte náutico na Represa do Funil .....	82
Figura 25 – Entrada da Lagoa da Siriema .....	83
Figura 26 – Vista do Parque Nacional da Serra da Bocaina .....	84
Figura 27 – Rampa de Voo Livre .....	85
Figura 28 – Represa do Funil.....	86
Figura 29 – Ponte sob a represa.....	86

## LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1– Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal.....	23
Gráfico 2 – Moradores da cidade x bairros.....	98
Gráfico 3 – Bairros.....	99
Gráfico 4 – Tempo de moradia em São José do Barreiro.....	99
Gráfico 5 – Faixa etária .....	100
Gráfico 6 – Escolaridade .....	100
Gráfico 7 – Município de trabalho .....	101
Gráfico 8 – Área de atuação .....	101
Gráfico 9 – Renda Familiar mensal .....	102
Gráfico 10 – Renda x área de trabalho .....	103
Gráfico 11 – Interesse em trabalhar com o turismo no município .....	103
Gráfico 12 – Conhecimento do significado de Estância .....	104
Gráfico 13 – Identificação de São José do Barreiro como Estância Turística .....	104
Gráfico 14 – Atratividade do município .....	105
Gráfico 15 – Motivos do turismo atrair turistas no município .....	105
Gráfico 16 – O turismo na geração de emprego e renda .....	106
Gráfico 17 – O turismo como oportunidades empreendedoras .....	106
Gráfico 18 – Investimento da prefeitura no turismo como atividade econômica.....	107
Gráfico 19 - Salários na área de turismo no município .....	107
Gráfico 20 – Geração de renda e reversão para o turismo do município.....	108
Gráfico 21 – Valorização da população pela visita dos turistas .....	108
Gráfico 22 – Relacionamento turista e comunidade local .....	109
Gráfico 23 – Motivos pela visita dos turistas ao município .....	109
Gráfico 24 – Outros motivos para visita ao município .....	110
Gráfico 25 – Preparação do município para o recebimento de turistas .....	110
Gráfico 26 – Preparação dos moradores para o recebimento de turistas .....	111
Gráfico 27 – Orientação a população sobre o turismo local .....	111
Gráfico 28 – Cursos de qualificação ofertados pela prefeitura .....	112
Gráfico 29 – Cursos de qualificação ofertados por instituições privadas.....	113

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais grupos de necessidades turísticas .....	38
Quadro 2 – Fluxo do marketing para o turismo.....	46
Quadro 3 – Tripé dos planos de marketing.....	47
Quadro 4 – Relação dos lugares turísticos de São José do Barreiro.....	62
Quadro 5 – Atrativos turísticos Naturais de São José do Barreiro.....	64
Quadro 6 – Atrativos turísticos Artificiais de São José do Barreiro.....	64
Quadro 7 – Manifestações populares de São José do Barreiro.....	65
Quadro 8 – Matriz SWOT.....	119

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Faixa etária da população de São José do Barreiro .....	53
Tabela 2 – Ranking dos atrativos utilizados pela amostra barreirense.....	114



## SUMÁRIO

1.1 Problema.....	19
1.2. Objetivos.....	20
1.2.1. Objetivo Geral.....	20
1.2.2. Objetivos Específicos.....	20
1.3. Delimitação do estudo.....	20
1.4. Relevância do estudo.....	21
1.5. Organização da dissertação.....	25
1. REVISÃO DE LITERATURA.....	26
1.1. Turismo e Desenvolvimento.....	26
1.2. Políticas para o Desenvolvimento do Turismo no Brasil.....	30
1.3. Turismo e a Cadeia Turística.....	34
1.4. Atrativos, patrimônios e tombamentos.....	39
1.5. Marketing Turístico.....	42
1.6. Marketing de Lugares.....	47
2. MÉTODO.....	51
2.1. Tipo de pesquisa.....	51
2.2. População e amostra.....	52
2.3. Plano para coleta de dados e Instrumento.....	54
2.4. Plano para análise de dados.....	55
3. RESULTADOS.....	57
3.1. Caracterização da área de estudo – São José do Barreiro.....	57
3.2. Observações e análise dos atrativos turísticos visitados em São José do Barreiro.....	61

<b>3.3. Análise da entrevista qualitativa .....</b>	<b>87</b>
<b>3.3.1. Tema 1 - Trajetória profissional, qualificação e envolvimento com o turismo .....</b>	<b>87</b>
<b>3.3.2. Tema 2 - Município como Estância Turística .....</b>	<b>89</b>
<b>3.3.3. Tema 3 - Turismo e desenvolvimento.....</b>	<b>93</b>
<b>3.3.4. Tema 4 - Atrativos Turísticos .....</b>	<b>94</b>
<b>3.3.5. Tema 5 - Regionalização do turismo .....</b>	<b>96</b>
<b>3.3.6. Tema 6 – Ações de comunicação e divulgação.....</b>	<b>97</b>
<b>3.4. Análise da entrevista quantitativa.....</b>	<b>98</b>
<b>3.4.1. Análise pela Matriz SWOT.....</b>	<b>117</b>
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>123</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>126</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>134</b>
<b>APÊNDICE B .....</b>	<b>137</b>
<b>APÊNDICE C .....</b>	<b>139</b>
<b>APÊNDICE D .....</b>	<b>142</b>
<b>APÊNDICE E .....</b>	<b>144</b>
<b>APÊNDICE F.....</b>	<b>146</b>
<b>APÊNDICE G .....</b>	<b>147</b>
<b>APÊNDICE H .....</b>	<b>150</b>
<b>APÊNDICE I.....</b>	<b>153</b>
<b>APÊNDICE J.....</b>	<b>156</b>
<b>APÊNDICE L.....</b>	<b>159</b>
<b>APÊNDICE M.....</b>	<b>162</b>
<b>APÊNDICE N .....</b>	<b>165</b>

<b>APÊNDICE O .....</b>	<b>168</b>
<b>APÊNDICE P .....</b>	<b>171</b>
<b>APÊNDICE Q .....</b>	<b>174</b>
<b>APÊNDICE R .....</b>	<b>177</b>
<b>APÊNDICE S .....</b>	<b>180</b>
<b>APÊNDICE T .....</b>	<b>183</b>
<b>APÊNDICE U .....</b>	<b>186</b>
<b>APÊNDICE V .....</b>	<b>189</b>
<b>APÊNDICE X .....</b>	<b>190</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O Vale Histórico Paulista preserva história e muitos recursos naturais, sendo objeto de análise de estudiosos, ele foi identificado pelo autor Monteiro Lobato (1919), como “cidades mortas”. Uma alusão crítica da monocultura cafeeira, que teve seu período favorável com a plantação, exportação de café e execução do trabalho escravista, na segunda metade do século XIX. Segundo Lobato (1919):

A quem em nossa terra percorre tais e tais zonas, vivas outrora, hoje mortas, ou em via disso, tolhidas de insanável caquexia, uma verdade, que é um desconsolo, ressurgem de tantas ruínas: nosso progresso é nômade e sujeito a paralisias súbitas (LOBATO, 1919, p. 21).

Lobato (1919) trata, metaforicamente em sua obra, o reflexo da decadência das cidades do Vale Histórico, após o crescimento exacerbado da produção do café e a introdução de outras áreas de trabalho oriundas com a vinda dos imigrantes para o estado de São Paulo, havendo, conseqüentemente, uma superprodução e a decadência da cafeicultura na região do Vale do Paraíba, fato que ficou conhecido como “marcha do café” para o Oeste Paulista.

Desta forma, com o passar do tempo, a riqueza econômica dos municípios diminuiu, e o que restou foram os recursos naturais e a história nas arquiteturas coloniais, nos monumentos e no povo. “O legado arquitetônico resultante das atividades vinculadas à produção cafeeira encontra-se disseminado entre os municípios que compõe a microrregião como Bananal” (SANTOS et al., 2015, p. 09).

Ao “mesmo tempo em que a lavoura cafeeira provocou um esgotamento dos solos da região, foi ela que promoveu grande parte da riqueza patrimonial ainda existente, representada pelas fazendas e casarões da época colonial” (MANBERT, 2006, p.16). Nesse sentido, para Gutlich (2016):

A história do fausto financeiro, de um período do desenvolvimento da microrregião do Vale do Paraíba paulista definido por do Vale Histórico ainda se encontra representada pelos testemunhos arquitetônicos remanescentes do século XIX e início do XX e que remontam o apogeu da cultura do café (GUTLICH, 2016, p. 393).

Após o período cafeeiro, no ano de 1951, a construção da Rodovia Presidente Dutra inserida no eixo Rio de Janeiro – São Paulo cumpriu uma nova dinâmica

regional, que impacta também na economia do Vale do Paraíba e, inclusive, no Vale Histórico.

O Vale Histórico Paulista é composto por Bananal, São José do Barreiro, Silveiras, Arapeí, Queluz e Areias. Porém, apenas os dois primeiros são considerados estâncias turísticas nesse circuito. Atualmente, a região é suntuosa pela natureza presente nos municípios do circuito histórico, e tem propiciado olhares e prospecções ao turismo rural, de aventura e ecoturismo, inclusive em São José do Barreiro. Segundo Gutlich (2016):

Vislumbrando um desdobramento de potencialidades a partir de iniciativas de turismo sustentável onde a microrregião e, em específico o município focado, tem despertado o interesse para uma série de iniciativas de boa repercussão associadas ao meio ambiente, às práticas de esportes que promovem o contato com a natureza (GUTLICH, 2016, p. 396).

Nesse olhar para a natureza local, um aspecto interessante que se pode identificar nas cidades do Vale Histórico Paulista é o Turismo *Slow* (turismo lento), derivado do *Slow Movement*, que surgiu no século XX, e que “representa uma tentativa de conscientização e estímulo às pessoas, mostrando que existe outro caminho, uma alternativa para viver com mais qualidade” (NAIGEBORIN, 2011, p. 32).

Esse movimento expressa um turismo realizado de forma lenta e tranquilo, “considerando as atividades físicas, intelectuais, associativas, artísticas e manuais como expressões marcantes do uso do tempo liberado das obrigações” (BAUER; NETTO, 2014, p. 04), mas ainda é tímido no Brasil e vem desenvolvendo-se em diversos países, como a Itália. Busca-se um turismo tranquilo com experiências nativas locais, e estimuladas pelo equilíbrio entre o ser humano, a natureza e a cultural regional.

A proposta do Turismo *Slow* é que o turista possa usufruir do momento de viagem de forma calma, autêntica, sustentável e equilibrada. Nesse contexto, o “movimento é constituído de pessoas como você e eu, pessoas que querem viver melhor no moderno mundo da velocidade. Por isto é que a filosofia Devagar pode ser resumida numa única palavra: equilíbrio” (HANORÉ, 2006, p. 38).

O equilíbrio, entre o ser humano e a natureza, pode ser encontrado nos atrativos da região do Vale Histórico Paulista. Sendo que, para o Portal Cidades Paulistas (2015), a região oferece diversidade de atrativos, proporcionando o ecoturismo, turismo rural, de aventura e esportes radicais; além do turismo religioso e

histórico-cultural. Esses atrativos ecológicos podem gerar rendas e crescimento econômico, inclusive de turismos locais, caso trabalhem de maneira organizada e sustentável. Essa ideia econômica é reforçada pelos conceitos de Beni (1998), pois para ele, o turismo atualmente é um dos mais importantes instrumentos de geração de emprego e de renda em todo o mundo, principalmente no caso dos atrativos turísticos dos municípios históricos.

Nesse sentido, considerando que o turismo é um dos instrumentos para geração de emprego e renda, pode ser estruturado e utilizado em São José do Barreiro como estratégia de melhora no IDHM municipal. Em 2013, o município teve um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM, de acordo com o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil (2013), de 2332<sup>o</sup>. Apresenta como um baixo índice, se comparado às demais estâncias turísticas do Estado de São Paulo.

O IDHM é composto pela mensuração de longevidade, educação e renda. E nota-se que o município possui problemas de desenvolvimento e renda, além de recursos locais inexplorados pela gestão pública. No mesmo ano, segundo o Instituto Firjan (BRASIL, 2013), esse município teve um Índice de Desenvolvimento Municipal – IFDM, de baixo índice referentes ao emprego e à renda.

O IFDM é um índice responsável por medir o desenvolvimento socioeconômico do município, nos âmbitos: saúde, educação, emprego e renda. O Município de São José do Barreiro retratou alto índice de educação, moderado índice de saúde e baixo índice de emprego e renda.

Em 2010, o município estava na última colocação do estado, pelo indicador de desenvolvimento Firjan, nos quesitos emprego e renda. Ressalta-se que os baixos indicadores nem sempre se refletem diretamente na percepção negativa dos munícipes, no entanto, os indicadores devem ser considerados como um dos parâmetros para a avaliação da condição do território, e para a fundamentação do planejamento territorial.

O Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (2013), revelou uma estimativa de 0,3718 para o item emprego e renda. Segundo a escala utilizada, índices abaixo de 0,4 pontos significam baixo desenvolvimento. Nos itens educação e saúde, no entanto, o município apresentou alto desenvolvimento e desenvolvimento moderado, respectivamente (FIRJAN, 2013).

Esses índices são importantes para análise de aspectos de crescimento econômico dos municípios, mas destaca-se que para se ter um desenvolvimento regional adequado, deve-se verificar, além dos indicadores quantitativos, as quatro dimensões do desenvolvimento. Sendo estas a dimensão política, social, econômica e ambiental. Para Pimenta (2014), “há valorizações múltiplas que agregam dimensões sociais, culturais e políticas como fatores de influência na qualidade da vida humana ou em uma determinada ordem socioeconômica ou sociocultural aceitável”.

Esse estudo aborda o fato de que: o turismo que é “uma atividade de relevante importância para a economia mundial. Apresenta-se atualmente como uma das mais rentáveis e promissoras atividades econômicas em franca expansão no mundo todo” (ROCKTAESCHEL, 2006, p. 21). Considerando o turismo como atividade econômica em crescimento, e que um dos problemas do município é o emprego e renda, o turismo pode suprir essa defasagem gerando serviços aos munícipes e pessoas da microrregião de Bananal.

Para o IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2015), no Relatório de fatos recentes do desenvolvimento regional no Brasil, pelo Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho do Setor Turismo (SIMT), desenvolvido pelo Ipea, em parceria com o Ministério do Turismo (MTur), em 2011; as atividades turísticas eram responsáveis por 2,077 ocupações no Brasil, sendo 47% com empregos formais, e 53% com empregos informais.

Esse contexto evidencia que o turismo é precursor na geração de emprego e renda, e com esse olhar o estudo buscou observar uma amostra dos atrativos de São José do Barreiro e foi aplicada entrevista com o gestor municipal e com a população a fim de visualizar cenários.

Após observações, utilizando-se de uma ferramenta de mercado: a Matriz SWOT ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), foi realizada a análise multidimensional do turismo no Município de São José do Barreiro (utilizou-se de uma ferramenta de negócio aplicada a questões públicas, para obter um olhar mercadológico do turista local).

E para a divulgação do conteúdo, o marketing foi utilizado para comunicar os resultados obtidos, além de servir como estratégia na captação de turistas locais. “Os crescentes fluxos turísticos mundiais elevaram o grau de competitividade entre várias

destinações; por isso a estratégia de comunicação das organizações turísticas deve considerar a concorrência de mercado e posicionar-se” (RUSCHMANN, 1990, p. 24).

As potencialidades de São José do Barreiro devem ser destacadas e comunicadas por meio do marketing, e sua estrutura turística planejada e estruturada de forma econômica e sustentável, gerando, assim, emprego e renda a população.

## **1.1 Problema**

Segundo o portal da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (2016), que é responsável por realizar ações em prol do turismo, planejar, implantar, acompanhar e avaliar as políticas de promoção do turismo; o Município de São José do Barreiro está elencado como parte do grupo das Estâncias Turísticas Paulista, e consta no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, de acordo com o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil (2013) – IDHM.

Conforme explanado na introdução, o município está com o IDHM de 2332<sup>o</sup>, considerado baixo comparado às demais estâncias turísticas paulistas e, em 2010, foi considerado como o último colocado no Estado de São Paulo. Desta forma, analisar os problemas de desenvolvimento e renda, pode ajudar a viabilizar soluções e abrir portas, para que o turismo seja umas das opções para geração de emprego e desenvolvimento regional.

Nesse sentido, a proposta é realizar uma observação dos atrativos turísticos de São José do Barreiro, verificando o estado de sua conservação e cuidado a partir da estrutura física e natural, identificando características que possam ser melhoradas e utilizadas para a exploração do turismo, e para o crescimento regional futuro, sempre com um olhar baseado no turista.

O turismo dinamiza a economia e pode promover o desenvolvimento e crescimento local regional. Desta forma, pergunta-se: como se organiza a estrutura turística de São José do Barreiro?



## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo Geral**

O objetivo geral é demonstrar as potencialidades turísticas de São José do Barreiro, e como organizam as atividades turísticas no município.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Verificar ações existentes no Município de São José do Barreiro, que promovam articulações entre turismo e desenvolvimento regional;
- Identificar as características e estado de conservação dos atrativos turísticos do município;
- Verificar a opinião dos moradores e gestão local sobre o turismo e desenvolvimento no município;
- Identificar as oportunidades, ameaças, forças e fraquezas presentes no município de São José do Barreiro, relativo ao turismo local.

## **1.3. Delimitação do estudo**

O trabalho delimita-se a estudar o município de São José do Barreiro inserido na região metropolitana do Vale do Paraíba Paulista, microrregião de Bananal, por meio da elaboração de uma análise da amostra dos atrativos turísticos, buscando aproveitar recursos locais, como os naturais e artificiais, os cenários históricos, a cultura, a população, entre outros recursos presentes no município. Foram consideradas as observações verificadas, pela pesquisadora local, durante um período de dois anos e seis meses de pesquisa, sempre buscando um olhar do turista a uma estância turística.

O estudo poderá ser utilizado como insumo à outras considerações em pesquisas, inclusive para contribuir com o planejamento turístico do município e outros projetos locais. Não está no escopo dessa produção a execução efetiva de novas

práticas de políticas públicas municipais, e planos de reestruturação para cada atrativo turístico. Existe apenas o estudo, sugestões e planejamentos turísticos, pois caso a governança local queira efetivar a prática das atividades propostas, ela deverá utilizar a estrutura administrativa e de planejamento que possui em seu município.

#### **1.4. Relevância do estudo**

Segundo Trigo (1998), o individualismo e a possibilidade de ter prazer na vida deixam de ser algo negativo e pecaminoso e as viagens tornam-se um objeto de consumo do ser humano contemporâneo. Nesse sentido, o turismo vem ao encontro dessas necessidades, promovendo o desenvolvimento econômico quando praticado de maneira estruturada e planejada.

O Município e a estância turística de São José do Barreiro, podem proporcionar essa experimentação aos turistas, devido aos seus atrativos, cultura local e arquitetura bucólica. A proposta vai ao encontro das diretrizes disponibilizadas pelo Programa de Regionalização do Turismo (2013), realizada pelo governo federal, a fim de promover o turismo local:

São identificados seis grandes objetivos: incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil; incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas internacionais; promover a sustentabilidade, a inclusão social e a geração de emprego; aumentar a competitividade do turismo brasileiro; fortalecer a gestão descentralizada do turismo no Brasil; e preparar o turismo brasileiro para os megaeventos (BRASÍLIA, 2013, p. 21).

A regionalização é relevante à vários municípios de pequeno porte, pois ajuda no desenvolvimento local, e na promoção de ideias sustentáveis como um todo. Um exemplo é o de São Luiz do Paraitinga, que ao estruturar o planejamento turístico e investir nesse ramo, "(...) vem trabalhando para desenvolver tais atividades apoiado na memória da cafeicultura, expressa em seu patrimônio cultural e arquitetônico" (SANTOS, 2007, p. 02). São José do Barreiro e São Luiz do Paraitinga são regiões do Vale do Paraíba visitadas por diversos tipos de turistas, e podem desenvolver-se economicamente, cada vez mais, com práticas de incentivo ao turismo.

Essa temática de regionalização, turismo e desenvolvimento, inclusive na geração de emprego e renda, tem sido pesquisada por grupos de estudantes de Desenvolvimento Regional, através de discussões em congressos e eventos diversos. Seminários como o SEDRES – Seminário de Desenvolvimento Regional, Estado e Sociedade, por exemplo, contemplam eixos temáticos de cultura e desenvolvimento, e dinâmicas socioeconômicas no território, nos quais o turismo é um dos protagonistas no cenário atual, e usado como leitura geral para enxergar cenários do turismo regional.

Também a APDR – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, realiza congressos com grupos temáticos, que discutem o turismo sustentável em época de globalização, o turismo cultural e o desenvolvimento regional. Todos esses movimentos e diversos tipos de grupos preocupam-se em realizar ações para o desenvolvimento regional, tema também discutido no presente trabalho.

Além dos índices de desenvolvimento, outro indicador, que reflete se o município está bem quanto à receptividade e planejamento turístico, é o Mapa do Turismo, um *ranqueamento* denominado como “*mapa*” elaborado e divulgado pelo Ministério do Turismo – Mtur (2016), que é:

Um instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento de políticas públicas, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada. Sua construção é feita em conjunto com os órgãos oficiais de Turismo dos estados brasileiros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016).

Segundo o MTur (2016), esse *ranqueamento* classifica os municípios em cinco categorias: A, B, C, D e E. As categorias A, B e C são as com melhores índices em empregos formais, isto é, em meios de hospedagem e estabelecimentos ligados ao turismo, e fluxos de turistas nacionais e internacionais; já as categorias D e E normalmente disponibilizam apenas mão de obra, suporte e insumos para os turistas que permanecem nas categorias A, B e C.

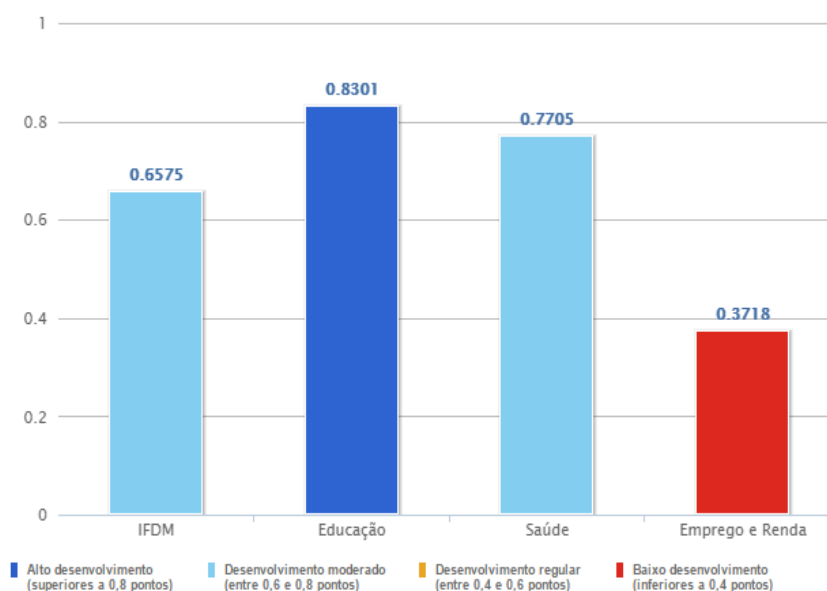
O Mapa do Turismo é um direcionador, do Ministério do Turismo, para investir esforços e otimizar os recursos disponíveis aos municípios. Nesse último Mapa do Turismo divulgado pelo Ministério do Turismo (2016), São José do Barreiro consta com a categoria D, sendo que dois municípios vizinhos: Bananal e Areias, estão com a categoria C e D respectivamente. Esse resultado evidencia que o município

estudado deve melhorar sua estrutura turística, inclusive por ser titulada como estância turística, pois Areias, por exemplo, não possui essa titulação e não recebe verba, do *Dadetur*, para investir no turismo regional e consta, também, na categoria D.

Itens divulgados, pela Fundação Seade (BRASIL, 2015), também compõem o cenário para os barreirenses. A renda per capita mensal é de R\$ 454,64 (dados com base de 2010), ou seja, é considerada um valor abaixo do salário mínimo nacional (salário mínimo em 2010 era de R\$ 510,00 mensal). Referente ao emprego e renda (dados com base de 2014), a maior participação, em empregos formais, é em serviços com 65,82%; seguido pela agricultura, pecuária e pesca com 21,68%; e 5,66% com a indústria; 5,47% com o comércio local e, apenas, 1,37 com a construção.

Pelo Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal, demonstrado no Gráfico 1, pode-se observar um baixo índice no quesito emprego e renda. Por se tratar de medições gerais de índices, numa observação mais detalhada sobre o município, aspectos de desenvolvimento em suas dimensões políticas, culturais, econômica e sociais devem ser consideradas na análise.

**Gráfico 1 - Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal**



Fonte: Firjan (2013)

O turismo aparece como opção na área de serviços, pois pode representar uma oportunidade de geração de emprego e renda nas sociedades subdesenvolvidas,

sobretudo naquelas que possuem atrativos naturais e culturais (FONTELES, 2004, p. 93). Desta forma, a proposta é entender e verificar, com um olhar crítico de um turista, se o turismo do município reflete planejamento, sustentabilidade e organização, para que consiga gerar emprego na área de serviços e, conseqüentemente, renda aos munícipes. Tudo isso ajuda na promoção do desenvolvimento local que é, também, uma das propostas do Programa de Regionalização do Turismo (2013) em gerar:

A unidade de linguagem; a percepção do caráter intersetorial do desenvolvimento; a visão ampliada e crítica do entendimento do processo de regionalização do turismo no território nacional; e, ainda, os estágios e tempos da atividade, as diversas realidades, potencialidades, diversidades e disponibilidades dos recursos nos Estados, nas regiões e no conjunto dos municípios. (BRASÍLIA, 2013, p. 18).

Com o turismo estruturado e organizado, não somente São José do Barreiro desenvolve-se, mas também as demais microrregiões de Bananal, podendo gerar emprego e renda, movimentando, desse modo, a economia local.

Segundo Vieira e Santos (2012), apesar de o Vale do Paraíba Paulista ser uma das regiões brasileiras com maior desenvolvimento socioeconômico, a microrregião de Bananal não usufrui de condições similares. A microrregião possui indicadores de desenvolvimento inferiores à média dos demais municípios, e o capital humano especializado migra para outras regiões mais economicamente ativas à procura de emprego, afirma o autor.

Dessa forma, um conjunto de ações estratégicas deverão ser colocadas em prática para minimizar esse tipo de situação, como a compilação das informações turísticas de forma organizada, estratégica e de interesse da governança de São José do Barreiro e comunidade local. Como também, a promoção da atividade turística por meio do marketing turístico e marketing de lugares; a realização de um Plano Diretor de Turismo do município; instituição de um conselho voltado ao turismo municipal, como o Comtur, entre outras ações locais.

As estâncias turísticas devem possuir esse plano municipal, criando maneiras para investir localmente com fundos disponibilizados pelo Fundo de Melhoria das Estâncias, que segundo o site da Secretaria de Turismo, refere-se ao Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos - Dadetur (2015):

Um recurso que está disponível para cada estância no orçamento do Estado todos os anos. E, para recebê-lo, a Prefeitura deve determinar quais serão os objetos dos convênios a serem celebrados, ou seja, aonde a verba será aplicada (SÃO PAULO, 2015).

A análise realizada nesse estudo permitirá que sejam destacados os pontos de melhoria dos atrativos turísticos do município, podendo, desse modo, contribuir para a conquista de investimentos de verbas do Dadetur, e promover o desenvolvimento local, caso seja de interesse da gestão do município.

### **1.5. Organização da dissertação**

O estudo é composto por introdução, que aborda questões históricas e introdutórias sobre a região metropolitana do Vale do Paraíba, microrregião de Bananal e aspectos econômico-sociais do município de São José do Barreiro. Seguido pela explicação sobre o problema da pesquisa; objetivos gerais e específicos; delimitação e relevância do estudo.

Posteriormente há o referencial teórico, contextualizando o turismo e o desenvolvimento, buscando conceituar e relacionar os dois temas. Aborda estudos sobre as políticas para o desenvolvimento do turismo no Brasil, provocando uma discussão a respeito da gestão pública e do turismo, como fator de desenvolvimento local. Também discute o marketing turístico e o marketing de lugares, a fim de compreender as contribuições dessas ferramentas no processo de desenvolvimento local e turístico.

Há a explanação sobre o método a ser utilizado nas pesquisas, que se dividem em três etapas: a observação de uma amostra dos atrativos turísticos pelo pesquisador, num olhar de turista externo; a realização de uma análise do município estudado; a aplicação da pesquisa qualitativa, com o gestor municipal, e da pesquisa quantitativa, com a população. Os resultados são apresentados, seguidos pelas conclusões. O trabalho finaliza-se com as referências bibliográficas e os apêndices.

## 1. REVISÃO DE LITERATURA

A temática, turismo e desenvolvimento, estuda as desigualdades regionais, a fim de aproveitar as potencialidades endógenas do território e, conseqüentemente, gerar pela atividade econômica, emprego, renda e desenvolvimento local.

Nesse sentido, a pesquisa traz uma explanação sobre o turismo como fator para desenvolvimento econômico. Também traz algumas das políticas públicas realizadas para o desenvolvimento do turismo no Brasil. Bem como, o funcionamento da cadeia do turismo; os patrimônios e bens tombados na participação do dia a dia dos municípios, que pode contribuir para o desenvolvimento regional; e o marketing turístico sobre os lugares na divulgação das atividades turísticas.

### 1.1. Turismo e Desenvolvimento

Segundo Oliveira (2001), a palavra *turismo*, derivada da palavra inglesa *tour*, remete a uma viagem da descoberta, trazendo aspectos culturais e desbravamentos do imaginário, impulsionados por motivações internas diversas. Para Goethe (1999):

Com muita frequência, porém, as observações revelam seu caráter lacunar, e se, para aquele que a realizou, a viagem parece passar feito um rio, surgindo em sua imaginação como um fluxo constante, sente-se então que um relato propriamente dito é impossível (GOETHE, 1999; p. 497).

Por meio do turismo, diversas pessoas viajam e vivem experiências únicas em seus diversos segmentos, seja por fins pessoais ou profissionais. Além disso, ele é um fator que promove o desenvolvimento de uma região, pois os seus aspectos socioeconômicos podem gerar rentabilidade ao município, caso administrado de forma eficaz. “O desenvolvimento do turismo não é um processo econômico isolado, mas parte integral de uma transformação cultural, política, socioeconômica e estrutural maior” (ATELJEVIC; PAGE; ALMEIDA, 2001, p. 07).

Para que haja essa transformação na sociedade é necessário que, efetivamente, o desenvolvimento regional exista de forma planejada. Caso contrário, pode ocorrer apenas um crescimento econômico. Para Vasconcellos (2002, p. 401):

O crescimento e o desenvolvimento econômico são dois conceitos diferentes. Crescimento econômico é o crescimento contínuo da renda *per capita* ao longo do tempo. O desenvolvimento econômico é um conceito mais qualitativo, incluindo as alterações da composição do produto e a alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, nutrição, educação e moradia) (VASCONCELLOS, 2002, p. 401).

No sentido de desenvolvimento socioeconômico, pode-se analisar o turismo como um propulsor econômico e estimulador do bem-estar social, por meio das viagens e das explorações de lugares. Segundo Campos e Gonçalves (2005), o turismo é a atividade que envolve o deslocamento temporário de pessoas para outra região, visando à satisfação de necessidades, outras que não o exercício de uma função remunerada. O turista desloca-se de seu município para obter experiências diferenciadas em um local diferente.

Comumente, o turismo “pode visar descanso, lazer, cura, esporte, gastronomia, cultivo de religião ou finalidade profissional” (BADARÓ, 2003, p. 29). Por outro aspecto, a atividade pode ser analisada como uma “geração de renda”, movimentando a economia local e possibilitando negócios aos munícipes da região visitada. O entendimento da área é heterogêneo, pois as movimentações históricas, interferem nos aspectos culturais, econômicos, sociais e políticos de uma região.

O turismo, sem planejamento específico, pode impactar negativamente um território. Problemas como infraestrutura defasada, ruídos urbanos, desmatamento, crescimento desordenado da população, falta de capacitação e conhecimento das agências locais, entre outros, podem influir diretamente no turismo local. Para Oliveira (2005, p. 203):

Pode promover o crescimento desordenado pelo excesso de oferta de acomodações, criar forte concentração demográfica, aumentar preços de produtos e serviços locais, destruir patrimônios natural, criar altíssima temporada em contraste com baixa temporada nos demais meses do ano, criar uma mentalidade mais oportunista que empresarial (OLIVEIRA, 2005, p. 203).

Exemplificando esse movimento em que o turismo gera impactos naturais e modifica a vida da população local, há um município localizado no Vale do Paraíba Paulista, que sofre com o aumento desordenado de demanda na estação de inverno.



É o caso da Estância Climática de Campos de Jordão, que recebe a maior quantidade de turistas nessa ocasião, devido ao Festival Internacional de Inverno. “A atividade turística na cidade de Campos do Jordão apresenta uma elevação dos níveis de ruído do meio urbano, nas proximidades da Vila Capivari” (BRITO; BARBOSA, 2014, p. 88).

Brito e Barbosa (2014) explicam esse fenômeno em Campos de Jordão onde há um número elevado de turistas. Exorbitando os preços dos produtos, há ainda dificuldade de locomoção no município; ruídos urbanos, ou seja, barulhos como buzinas de carros, conversas e risadas de turistas, sons altos de bares e restaurantes; entre outros itens de referência. Para Brito e Barbosa (2014) todos esses itens aliados a um “caótico trânsito nas suas pequenas ruas, elevam a geração da energia sonora e, o desconforto dos turistas e da população fixa da cidade, pois o turismo é sua principal fonte de renda”.

Os turistas são atraídos pelo cenário dos municípios, que muitas vezes é “embelezado” para gerar o produto turístico, mas a degradação do local e os aspectos negativos urbanísticos vêm junto com o desenvolvimento turístico, caso não haja o seu planejamento. Normalmente as cidades turísticas brasileiras, “enfrentam o paradoxo de conservarem belas paisagens e verem esse mesmo recurso dilapidado pela atividade turística. A cenarização passa a ser componente de camuflagem, mais que de para fantasia e embelezamento”. (SILVA, 2004, p. 178).

Desta forma, em qualquer destino turístico deve haver um equilíbrio para que a atividade, que vem evoluindo com o passar do tempo, promova o desenvolvimento regional. A “[...] alternativa do capitalismo para expandir-se, para obter novas conquistas, gerando outras modalidades de consumo, transforma a natureza e a cultura em mercadoria, aliando-se à lógica da internacionalização do capital, da globalização” (FONTELES, 2004, p. 86). Assim, todo o cuidado e equilíbrio, referente à exploração dos atrativos naturais de uma região, são necessários para o bem-estar comum.

De acordo com Pires (2009), evolução do turismo está diretamente ligada ao desenvolvimento do capitalismo, que possibilitou a criação de meios de transporte mais rápidos, e meios de hospedagens mais confortáveis para atender diversos públicos. As práticas fordistas proporcionaram, aos trabalhadores, descanso remunerado e férias, podendo, estes, usufruir de momentos de lazer. O turismo “já fora caracterizado como um fenômeno intrinsecamente moderno, considerando que

os fatores que desencadearam o seu surgimento são oriundos da era moderna”. (PIRES, 2009, p. 68).

O capitalismo industrial possibilitou a criação de classes sociais, trabalhos variados, desenvolvimento tecnológico, capacitações aos operários de fábricas e geração de renda, fazendo com que mais pessoas pudessem ter um poder aquisitivo melhor, como também, comprar itens suprimindo suas necessidades e desejos diários. “O individualismo e a possibilidade de ter prazer na vida deixam de ser algo negativo e pecaminoso. Enfim, o turismo e as viagens tornam-se um objeto de consumo do ser humano contemporâneo” (TRIGO, 1998, p. 23).

Com a massificação das viagens na década de 1960, muitos interessados iniciaram os estudos na área, e órgãos competentes começaram a agir a favor do turismo em geral, principalmente devido a movimentação econômica gerada por essa atividade. Essa atividade econômica pode promover o desenvolvimento e “os resultados do movimento financeiro decorrentes do turismo são por demais expressivos e justificam que essa atividade seja incluída na programação da política econômica de todos os países”. (OLIVEIRA, 2005, p. 45).

Uma das ações, que promovem o turismo, é a transferência dos recursos diretos para a execução de obras e programas ligados ao desenvolvimento, que ocorreu em junho de 1989, com a criação do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias – DADE, por meio da Lei nº 6.470, segundo a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (2016). E que disponibiliza verbas aos municípios reconhecidos como estâncias balneárias, climáticas, hidrominerais e turísticas. Segundo a Secretaria de Turismo do estado de São Paulo, em 2016, pela Lei 16.283/2016, o DADE foi denominado como Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias - Dadetur, por causa da vinculação ao Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos – FUMTUR, responsável por prestar suportes administrativos e técnicos às estâncias.

Os municípios que se interligam ao Dadetur, para tornarem-se estâncias, partem do pressuposto de que possuem algum atrativo local, e que podem proporcionar condições de lazer aos turistas. Segundo o Portal do Governo do Estado de São Paulo (2016), estâncias são aquelas que:

Oferecem condições de lazer, recreação, recursos naturais e culturais específicos. Também devem ter infraestrutura e serviços direcionados ao turismo, seguindo legislação específica e pré-requisitos para qualificação (SÃO PAULO, 2016).

Para a Secretaria de Turismo de São Paulo (2013):

Hoje, o Estado de São Paulo possui 70 municípios considerados estâncias por lei. São cidades que recebem verbas do Dadetur (Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias) todos os anos, sempre aplicadas em obras que melhoram sua estrutura para receber turistas. Classificam-se em balneárias, climáticas, hidrominerais e turísticas (SECRETARIA DE TURISMO DE SÃO PAULO, 2013).

No Estado de São Paulo, segundo a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (2013), há os quatro tipos de estâncias: as Turísticas, as Hidrominerais, as Climáticas e as Balneárias. As Turísticas são caracterizadas por municípios com patrimônios históricos e culturais, áreas de lazer e diversão, alimentação típica da região e artesanato.

As Estâncias Balneárias Paulistas são municípios que possuem ambientes praianos, com reservas e preservação da Mata Atlântica, e programas para quem quer descansar em regiões ensolaradas e litorâneas. Já os municípios, das Estâncias Hidrominerais, são os que possuem águas específicas e terapêuticas, banhos de imersão, tratamentos medicinais e relaxantes, além do ecoturismo.

O município de São José do Barreiro é classificado como Estância Turística por possuir requisitos como área de lazer e diversão, artesanato, alimentação típica, entre outros, que se adequam a essa denominação.

Essas Estâncias ajudam a movimentar a região e promover o desenvolvimento econômico ativo, ou seja, “melhoria das condições de vida da população, ou à qualidade de vida, o bem-estar dos residentes do país” (PINHO, VASCONCELLOS, JUNIOR, 2011, p. 355).

## **1.2. Políticas para o Desenvolvimento do Turismo no Brasil**

As políticas públicas, conhecidas como “ações do estado orientadas pelo interesse geral da sociedade” (BARRETO et al., 2003), são estratégias que visam

melhorar o meio social e a promover o desenvolvimento econômico, se monitoradas e avaliadas de forma estratégica.

Há vários autores que conceituam políticas públicas, entre eles, Lasswell (1936), introduzindo a expressão “análise pública”. O autor propõe que a política pública responda essas questões: quem ganha o quê, por que e que diferença faz. Há outro autor, Lynn (1980), com o conceito de que as políticas públicas são conjuntos de ações governamentais que produzem efeitos específicos à sociedade. Já Peters (1986), define que a política pública é a somatória das atividades dos governos, influenciando a vida social. Dye (1984) acredita que a política pública é o que o governo escolhe fazer ou não. E Mead (1995), conceitua, essa política, como a área que estuda questões do governo.

Entre todos os autores citados, há um ponto em comum, o conjunto de ações para o desenvolvimento social, por meio do estado. E essas ações podem ser direcionadas para a área do turismo, pois é uma das atividades econômicas que mais cresce no Brasil, justificando assim, o investimento de políticas para o crescimento e desenvolvimento do setor.

Cartilha “Mais Turismo, Mais Desenvolvimento” (2013), elaborada e disponível no site do Ministério do Turismo, diz que:

Em 2012, o turismo brasileiro cresceu 6%, dois pontos percentuais acima da média mundial anual. No turismo internacional, o Brasil também ganha posições: o segmento de negócios, eventos e convenções está em alta e nossos serviços são elogiados em quesitos como hospitalidade, gastronomia e hotelaria. (BRASÍLIA, 2013).

Nesse sentido, o turismo pode promover o desenvolvimento em diversos setores, pois “representa uma oportunidade de aumento das receitas, não somente para o país, mas também para a população” (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013, p. 03). Desta forma, nota-se que o turismo pode gerar emprego e renda para os municípios que o trabalham de forma planejada e com atividade. E para o sucesso do mesmo, nacionalmente e internacionalmente, deverão ser pautados por políticas que envolvam ações executivas e assistenciais do estado, mesmo que no Brasil as ações demorem a ser realizadas. Segundo Beni (2000):

Para que haja o fortalecimento da atividade turística devemos entender por política de turismo o conjunto e fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo do país, determinando as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado (BENI, 2000, p. 101).

Segundo Silva, Costa e Carvalho (2013), as políticas públicas de turismo ainda são um assunto complexo, uma vez que as mesmas demoram a ser aplicadas no país, inclusive pela dimensão geográfica.

Os primeiros vestígios das políticas públicas voltadas ao turismo mundial, ocorreu em 1930, com a legalização das vendas de passagens aéreas, marítimas e rodoviárias e, posteriormente, com a legalização das agências de viagens. Para Henz, Leite e Anjos (2010), nesse período foi criada a Divisão do Turismo, setor do Departamento de Imprensa e Propaganda, vinculado à Presidência da República, cuja principal atribuição era de fiscalizar as atividades das agências de viagens.

Foi nessa época também que se notou a necessidade de melhorias do saneamento e da segurança pública, desenvolvendo planos de controle de doenças e epidemias, a fim de resguardar os turistas em suas viagens. Notou-se, também, a necessidade de elaboração de políticas de saúde, e organização de políticas de fronteiras, para delimitação de espaços, a fim de atrair turistas, impulsionando as viagens. Nesse período no Brasil, para Pimentel e Pimentel (2011), a política de turismo direcionou-se ao marketing externo e ao estímulo da atividade internamente. Houve a propaganda no exterior, facilidades aduaneiras e estudos de novas destinações.

Após a extinção em 1946, da Divisão do Turismo, em 1958 houve a criação da COMBRATUR – Comissão Brasileira de Turismo, umas das primeiras ações para o estímulo às políticas nacionais do turismo, mas que também foi extinta. E, em 1966, pelo Decreto-Lei 55, houve a criação do Conselho Nacional de Turismo e Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR, incumbido por normatizar empresas de turismo e a executar atividades norteadoras a área.

A Política Nacional do Turismo foi instituída, e “era a coordenação e adaptação de todas as iniciativas, públicas ou privadas, isoladas ou coordenadas, para as reais necessidades de desenvolvimento econômico e cultural” (PIMENTEL; PIMENTEL, 2011, p. 09).

Nos anos 1970, pelo Decreto-Lei nº 1.191, foi criada mais uma entidade votada a gestão do turismo, o FUNGETUR - Fundo Geral do Turismo, responsável por gerir os investimentos no turismo. O CNT – Conselho Nacional do Turismo foi gerado, com objetivo de “formular, coordenar e dirigir a Política Nacional de Turismo, e também deveria disciplinar e fiscalizar, além de facilitar ou suprimir exigências para a promoção do turismo” (PIMENTEL; PIMENTEL, 2011, p. 10).

Na década de 1990, a EMBRATUR foi renomeada como Instituto Brasileiro de Turismo, e houve a criação de novas diretrizes para o desenvolvimento do turismo sendo um deles, o PNMT - Plano Nacional de Municipalização do Turismo.

Em 2003, o Ministério do Turismo foi originado e, a partir de então, as atividades foram adequadas para o desenvolvimento do turismo em geral. Uma das ações do Ministério foi à reestruturação do Plano Nacional do Turismo - PNT, um trabalho realizado juntamente com o terceiro setor, a iniciativa privada e o Conselho Nacional de Turismo, que apresentaram orientações estratégicas para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

De acordo com o Plano Nacional do Turismo (2013), “estima-se que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. Estão incluídas as atividades relacionadas à hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transportes de passageiros, restaurante e lazer”.

Outro fato importante, e que ajuda em práticas de desenvolvimento do turismo, é o Programa de Regionalização do Turismo (2013) que:

Na sua revisão, reflete as aspirações da sociedade, recupera a determinação da ação do Estado e torna possível o surgimento das diversidades dos territórios, transformando-as em economia poderosa, capaz de gerar o estado do bem-estar (BRASÍLIA, 2013, p. 23).

Essa ação se preocupam em diversificar a oferta turística; aplicar qualidade aos serviços e receptivo; estruturar o mercado de trabalho; ampliar o consumo do turismo para que haja permanência do turista no produto turístico, gerando renda e crescimento econômico local. Ações como essas, proposta pelo Programa, estimulam diversos municípios do território, que se complementam na prestação de serviço turístico e agregam valor ao país.

### 1.3. Turismo e a Cadeia Turística

Como dito, segundo Oliveira (2001), a palavra *turismo*, derivada da palavra inglesa *tour*, com o significado de “volta”. E, mais antigamente, nos contos bíblicos, a palavra *tur* era conhecida como viagem da descoberta. Para Lage e Milone (2001), os romanos foram os primeiros a criar locais atrativos de lazer próximo ao Mediterrâneo, nas proximidades das praias, visando atender a fins terapêuticos ou práticas esportivas.

No Brasil, a primeira agência de turismo, que possuiu destaque nacional, foi a Agência Geral de Turismo em 1943, na cidade de São Paulo, e com o passar do tempo, mais pessoas empenharam-se em cuidar dos destinos turísticos, ganhando dinheiro com o serviço dessa área.

Essa é uma atividade, segundo Lage e Milone (2001), de extrema rigidez (tornando difícil a transformação de sua utilização), intangível e consumido simultaneamente no ato da compra (sem possibilidade de estocagem), além de competitivo a outros serviços e produtos de consumo, redobrando assim, a atenção no planejamento.

O turismo pode acontecer por motivações como lazer e férias; visita aos amigos; tratamento de saúde; religião; negócios, entre outros tipos. E para recebimento dos turistas, o local deverá ter requisitos básicos que compõe a cadeia produtiva do turismo, como espaços para acomodações dos turistas; estabelecimentos de alimentação e bebidas; meios de transportes; recreação e atividades culturais; acesso aos atrativos; bancos; hospitais; locais para compras; guias turísticos, tornando o período da viagem mais confortável e estimulando a economia do local, pois “o turismo é um fenômeno socioeconômico que atua como forma motriz do processo econômico, quanto como força social” (THEOBALD, 1998, p. 51).

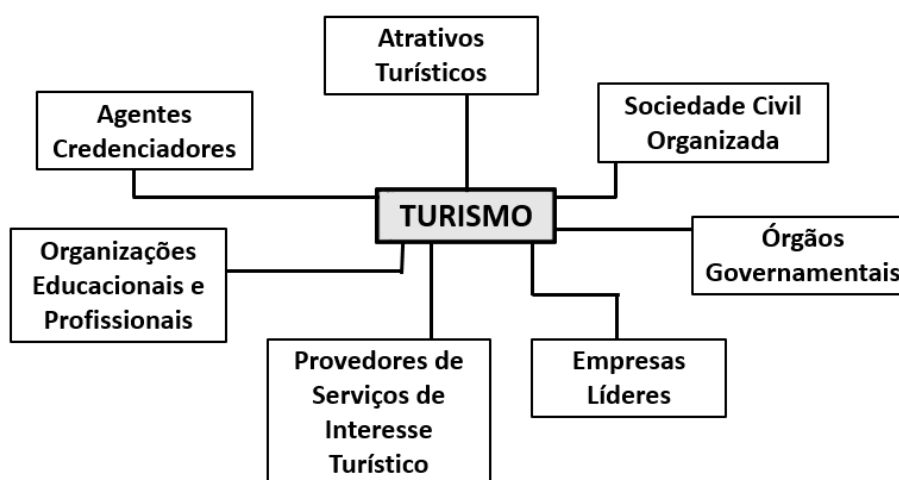
Esses requisitos formam, assim, uma cadeia produtiva, que é estabelecida por interações dos segmentos envoltórios, para que o turismo ocorra de maneira eficaz. Para o Sebrae (2008), a cadeia produtiva do turismo é a malha sequenciada de atividades e segmentos produtivos, esta malha converge para a produção de bens e serviços, e articula-os com os seus *stakeholders* ou *trade* turístico.

O *trade turístico* engloba os prestadores de serviços e o comércio que disponibilizam suporte para a atividade turística. “No estudo da oferta, um termo específico da área, muito utilizado comercialmente é o *trade* turístico. Ele engloba as áreas econômicas envolvidas nas prestações de serviços para atender as necessidades comuns dos turistas” (MOTA, 2001 p. 72).

Para uma visão geral da composição da cadeia produtiva do turismo, segue especificação dos *stakeholders* envolvidos ao processo turístico na Figura 1 - Federação do Comércio (não datado). E é importante para o estudo do tema, devido a sinalização de itens necessários para a atividade econômica do turismo regional.

Os itens dispostos na Figura 1, possui sua funcionalidade específica, e agrega diversos tipos de serviços para a composição do turismo local.

**Figura 1 – Cadeia Produtiva do Turismo**



Fonte: Adaptada do portal institucional da Fecomércio - MG

A seguir, haverá a explicação, separadamente, de cada agente formador da cadeia produtiva do turismo, embasada em informações da Fecomércio – MG.

Os agentes credenciadores são aqueles que disponibilizam apoio financeiro para a atividade turística, como os bancos públicos e privados, e os investidores nacionais e internacionais. Já as organizações educacionais e profissionais são as escolas que qualificam os profissionais para que possam trabalhar com o turismo.



Os provedores, de serviços de interesse turístico, são aqueles que proporcionam suporte e complementam a atividade turística, como os serviços de comunicação e telefonia; serviços de locação de automóveis; serviços terceirizados; serviços de câmbio; serviços de apoio à infraestrutura turística (serviço de receptivo do turismo, PIT - posto de informações turísticas, aeroportos, embaixadas e consolados); postos de gasolinas, entre vários outros itens importantes ao setor.

Há as empresas líderes, que são as operadoras de turismo, como agências de viagem; empresas de alimentos e bebidas; meios de hospedagens; empresas que proporcionam lazer e entretenimento ao turista.

Os órgãos governamentais são importantes na cadeia produtiva, pois orientam com políticas e com diretrizes as atividades turísticas, como o Ministério do Turismo; Secretaria de Turismo; Dadetur; e órgãos governamentais para o desenvolvimento da área. A sociedade civil e organizada é composta pelos Conselhos; Associação de Classe; Sindicatos; Cooperativas e *Convention Bureau*.

Os atrativos turísticos são estudados, mais detalhadamente, para contribuir com a análise da situação turística do município de São José do Barreiro, pois os atrativos são os principais motivadores para a atividade turística.

Oliveira (2005) define atrativos turísticos como: tudo aquilo que for entendido como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico, motivando o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Eles dividem-se em: Naturais; Artificiais; Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas; Manifestações Populares; Negócios, Eventos e Acontecimentos; e Lazer e Entretenimento.

Os naturais são combinações geológicas no meio ecológico, e que provocam bem-estar nos turistas. Podem ser visitados como os rios, lagos, quedas d'águas, reservas florestais e animais, montanhas, planaltos e planícies, praias, cavernas, grutas, fontes hidrominerais e termais, caça e pesca e camping.

Os artificiais representam aqueles que tiveram a ação do homem para tornarem-se um atrativo, como, por exemplo, igrejas, ruínas, sítios históricos, museus, zoológicos, monumentos, cemitérios, santuários, parques temáticos e históricos, aldeias, comunidades, fortalezas, aquários e santuários.

As realizações técnicas são aquelas que podem gerar conhecimento técnico, “praticado por pessoas que trabalham em áreas técnicas, que viajam para conhecer instalações e novas formas de resolver problemas” (OLIVEIRA, 2005, p. 91), como

em indústrias, parques tecnológicos, centros de pesquisas, estações de tratamentos de água, planetários e exploração agrícola.

As manifestações populares são as realizadas pelo povo, buscando tangibilizar a cultura local, baseando-se em música, dança, folclore, gastronomia, artesanato e teatro.

Os negócios, eventos e acontecimentos para Oliveira (2005), são praticados por aqueles que desejam participar de acontecimentos promovidos a públicos específicos, com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns ou lançar algo. Como, por exemplo, simpósios, congressos, convenções, festas, exposições. Tudo isso, pode promover o turismo local.

O turismo por lazer e entretenimento é um item que também mobiliza pessoas. Ele “é praticado por pessoas que viajam por prazer, sem muitas pretensões” (OLIVEIRA, 2005, p. 78), e, conseqüentemente, provoca o bem-estar, podendo ser destacado por espaços poliesportivos, clubes, cinemas, kartódromos e bibliotecas. “Cada um desses elementos, seja natural ou artificial, distingue a oferta turística da localidade” (LAGE, MILONE, 2001, p. 72).

E, nesse sentido, o turista é impactado diretamente pela cadeia turística com seu *trade* turístico, pois ao selecionar um local para visitar, acaba escolhendo os que possuem mais oferta turística, ou seja, com mais estrutura turística.

Para Mota (2001), o *trade* turístico, que pode disponibilizar ao turista para gerar movimentação econômica local são: deslocamento; locomoção; alojamento; segurança; alimentação; recreação e entretenimento; passeios; eventos; espaços de eventos; saúde, convalescência e reestabelecimento; informação; representações estrangeiras; comércio turístico e organização de viagens.

Itens detalhados no Quadro 1. Neste quadro estão elencados os principais grupos de necessidades turísticas, e os *trades* que podem suprir essa carência.

**Quadro 1** - Principais grupos de necessidades turísticas

<b>Principais grupos de necessidades do ramo</b>	<b>Principais empresas do trade turístico</b>
Deslocamento e locomoção	Transportadoras de materiais; locadoras de veículos em geral
Alojamento	Hotéis, motéis, <i>campings</i> , pousadas, hospedarias, albergues, colônias de férias, imobiliárias, etc.
Segurança	Empresas que realizam seguro-viagem, seguro bagagem, seguro saúde, etc.,.
Alimentação e Bebidas	Restaurantes, lanchonetes, sorveterias, cafés, supermercados, <i>fast-foods</i> , entre outros.
Recreação e entretenimento	Boates, bares, cinemas, teatros, clubes, cassinos, parques de diversão, estádios e outras instalações de lazer.
Eventos e espaços para eventos	Organizadores de eventos, fornecedores de produtos e serviços para feiras, congressos e eventos, <i>buffets</i> , área para eventos culturais e diversos.
Passeios	Lancha, <i>buggy</i> , <i>jet sky</i> , helicóptero, cavalo, entre outros veículos.
Organização de viagem	Agências de viagens e operadoras de turismo.
Saúde, convalescença e restabelecimento	Clinicas médicas, hospitais, spa's, balneários, termas, entre outros.
Informação	Guias turísticos, mapa/guias, jornais e revistas, posto de informações turísticas.
Comércio turístico	Artesanatos, <i>souvenirs</i> , produtos típicos, feiras locais, shopping, galerias de arte, entre outros.
Representações estrangeiras	Embaixadas, representações diplomáticas, consulados.

**Fonte:** Adaptado de Mota, 2001, p. 74.

Todos esses itens compõem as estruturas necessárias para um turista usufruir o que há de melhor numa estância turística, e são estruturas necessárias no planejamento turístico, a fim de estimular o desenvolvimento e crescimento econômico.

Entre todos os tipos de turismo existente, como o turismo de aventura; turismo rural; turismo gastronômico; entre outros; no município estudado predomina o turismo ecológico e de aventura. E os “grupos de necessidades turísticas” apresentados no Quadro 1, são necessários para que a atividade turística aconteça localmente.

Para Lage e Milone (2001), obviamente o consumidor pode definir onde fazer o turismo, tendo em vista seus gostos e preferências específicas, notando as

características de cada região, a estrutura para as necessidades e os atrativos que são ofertados e divulgados.

#### **1.4. Atrativos, patrimônios e tombamentos**

Normalmente um município, de estância turística, possui atrativos que ratificam a importância da história e cultura local. E os atrativos podem chamar a atenção de visitantes de formas diferenciadas, como é o caso do município São José do Barreiro, por exemplo, que possui, como atrativos, os patrimônios históricos tombados: Cemitério dos Escravos/Cemitério Velho e Fazenda Pau D'algo, demonstrados nas figuras 2 e 3, respectivamente, para ilustrar o conteúdo.

A inclusão, de patrimônios e de tombamentos no contexto turístico, é necessária devido à composição da cenarização do município, e devido aos itens que remetem a história local, podendo, assim, fazer parte das dimensões do desenvolvimento econômico e social.

**Figura 2 – Cemitério Velho**



Fonte: Autora, 2016

**Figura 3** – Sala de estar da Casa Grande – Fazenda Pau D’Alho



Fonte: Autora, 2016

Ambos os bens são representações de um período importante, o século XIX. Para Gutlich (2016):

Os bens tombados pelo IPHAN na cidade de São José do Barreiro se resumem a apenas dois: o Cemitério dos Escravos, exemplar raro de uma tipologia de necrópole do século XIX e a sede da fazenda Pau D’Alho, exemplar portentoso e singular da arquitetura cafeeira. (GUTLICH, 2016, p. 401).

O termo patrimônio, segundo Funari e Pelegrine (2009), tem origem latina, *patrimonium*, que se referia, entre os antigos romanos, a conotação de tudo aquilo que estava no domínio do senhor, fazendo uma alusão à hereditariedade paterna. Contextualiza “todo espaço, edificado ou não, que se destaca enquanto relação afetiva e mnemônica para seus habitantes, também conhecidos “lugares da memória”, lugares com significância”. (GUTLICH, 2016, p. 400).

O patrimônio é composto pelos bens materiais e/ou imateriais, que foram herdados e transmitidos às gerações futuras, caracterizando a história de um povo, o ambiente em que se vive e sua cultura. Segundo Canesqui e Garcia (2005, p.129) “o termo patrimônio, por sua vez, relaciona-se, entre outras possibilidades, com algo que foi legado pelo passado ou mais ou menos o ‘passado’ que se quer conservar”. Normalmente, o patrimônio faz composições aos diversos itens. E classifica-se em

patrimônio histórico, atualmente conhecido como cultural e patrimônio ambiental/natural.

O patrimônio histórico “bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum” (CHOAY, 2001, p. 11). Para Grammon (2006) engloba, além de arquiteturas e objetos, o conceito antropológico de cultura, e que abrangendo o fazer humano, desde objetos, conhecimentos, capacidades a valores. Desse modo, para a proteção efetiva do patrimônio, há o seu inventário e registro por meio do tombamento, que de acordo com o IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (2016):

É o mais antigo instrumento de proteção em utilização pelo IPHAN, tendo sido instituído pelo Decreto Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, e proíbe a destruição de bens culturais tombados, colocando-os sob vigilância do Instituto (IPHAN, 2016).

O CONDEPHAAT – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico Arqueológico, Artístico e Turístico, também é responsável pela proteção, valorização e divulgação do patrimônio cultural. E, no Estado de São Paulo, pela Lei nº 10.247, de 22.10.1968. Para o São Paulo [201-], a proteção inicia-se quando há abertura do processo de tombamento pelo Colegiado do órgão; completa-se, juridicamente, com a homologação do secretário da Cultura e a publicação da Resolução de Tombamento no Diário Oficial do Estado.

O tombamento acontece para impedir que o patrimônio seja descaracterizado ou danificado com o tempo e ação do homem, e “é um ato administrativo realizado pelo poder público, com o objetivo de preservar para a população bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e até afetivo” (SÃO PAULO, [201-]).

Esse papel social do tombamento, também se reafirma nas Normas de Quito, firmada em 1967, na Reunião sobre conservação e utilização dos monumentos e lugares de interesse Histórico e Artístico, e diz que:

Todo monumento nacional está implicitamente destinado a cumprir uma função social. Cabe ao estado fazer com que ele prevaleça e determinar, nos diferentes casos, a medida em que a referida função social é compatível. (IPHAN, 1976).

Além de informar o papel social, as Normas de Quito são importantes para o estímulo à atividade turística, pois além de tornar o patrimônio conhecido, faz com que gere renda e empregos locais. Segundo as Normas de Quito:

Os valores propriamente culturais não se desnaturalizam nem se comprometem ao vincular-se com os interesses turísticos e, longe disso, a maior atração exercida pelos monumentos e a fluência crescente de visitantes contribuem para afirmar a consciência de sua importância e significação nacionais (IPHAN, 1976).

As Normas propõem uma ação conjunta de preservação entre o poder público, sociedade organizada e iniciativa privada, na qual todos ganham de alguma forma, seja na geração de empregos e renda locais, seja na divulgação e ações de marketing no município nacionalmente e internacionalmente. O patrimônio tombado é protegido, mas deve fazer parte da vida social e econômica local, pois “é essencial que não se tornem simples monumentos ou peças de museu, mas sim bens de difusão da cultura, da história e das artes.” (IPHAN, 2016).

### **1.5. Marketing Turístico**

O turista conhecerá as estruturas se o destino turístico for divulgado, e haja um marketing aplicado a ele, inclusive expondo os atrativos e os *trades*. Nesse aspecto, o marketing turístico deve ser aplicado, divulgando os atrativos aos turistas de maneira eficaz, para “acelerar o fluxo dos produtos em direção à demanda turística potencial” local (MOTA, 2001, 169).

No Brasil, segundo Neves e Márcia (2001), o termo *marketing* foi apresentado de forma acadêmica em 1954, e as expressões “mercadologia” e “mercadização” eram utilizados como tradução. Também possuiu diversas denominações, de acordo com a atividade que está relacionado, como marketing esportivo, marketing social, marketing de relacionamento, marketing turístico, mas todos possuem apenas um objetivo, satisfazer os desejos dos clientes.

O marketing tem o papel de identificar as necessidades dos clientes e transformá-las em desejos, gerando compra de produtos e serviços, ferramenta de

gestão oriunda em um modelo capitalista, e pautada na alta competitividade entre as organizações.

Complementando esse pensamento sistemático, Las Casas (2006), dispõe o marketing como a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo, considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade.

Já no turismo, o marketing trabalha para despertar o desejo nos turistas de conhecer seus atrativos, usando o marketing turístico. O marketing de serviços turísticos, segundo Ruschmann (1990), é o marketing para o turista, referente ao produto engloba a experiência completa, desde o momento em que o turista sai de casa para viajar, até o retorno, visando satisfazer seus desejos.

O turista busca além de conhecer os atrativos, uma experiência diferenciada, recordando-a de forma agradável e prazerosa. Por isso que no marketing de serviços turísticos, há dois fatores principais que concorrem para induzir o consumidor a comparar o produto: a atratividade da destinação, e o grau de confiança que o cliente deposita na produção do pacote turístico”. (MOTA, 2001, p. 135).

Theobald (1998) descreve o turismo como sendo itens entrelaçados com o *mix* de marketing (produto, preço, praça e promoção). Por exemplo, como o processo de identificação das necessidades e propensões do consumidor (ou, mais especificamente, de diferentes segmentos do público consumidor); o desenvolvimento ou modificação do produto de acordo com as necessidades de mercados-alvos identificados; a criação de mecanismos para facilitar o conhecimento, o interesse e o acesso aos produtos; a tradução disso tudo em vendas por meio de redes de distribuição e mecanismos de preços.

Assim, pode-se dizer que o marketing turístico é a estratégia utilizada para informar ao turista os atrativos de uma região e seu *trade* turístico. Para isso, usa-se o *mix* de marketing (produto, preço, praça e promoção) como norteador.

O produto (no caso do turismo, um serviço), “assume que os consumidores favorecerão aqueles produtos/serviços que oferecem mais qualidade, desempenho ou características inovadoras” (KOTLER, 1994, p. 32). Considerado desta forma, os recursos naturais e artificiais, ao serem estruturados, tornam-se atrativos e geram



oferta turística, acrescidos pela cadeia produtiva turística e o *trade* da região. Para Bessa e Álvares (2014), um recurso por si só, ainda não é capaz de atrair turistas e gerar negócios e, para que isso ocorra, precisam primeiramente serem transformados em produtos turísticos.

A praça ou local de atuação deve estar bem sinalizada, com vias acessíveis para que o turista consiga se deslocar com facilidade e explorar os atrativos. Há também, o espaço virtual que poderá estar disponível aos turistas, como o *site* e as redes sociais de apoio ao consumo. Nestes canais o turista pode visualizar horários de funcionamento e características dos atrativos, entre outros itens importantes para o passeio. Silva (2007), afirma que o acesso dos consumidores aos produtos/serviços está ancorado em construções de espaços reais ou virtuais pelas organizações, invadindo a imaginação dos consumidores e estimulando os desejos permeados por valores.

O preço é um fator que contribui para a seleção do público, pois pode diferenciar os tipos de turistas de acordo com a faixa dos preços aplicados pelos restaurantes, meios de hospedagens, atrativos de um local. Para Silva, Hélio (2007), o preço permanece como um fator importante na participação do mercado e na sua rentabilidade. A sazonalidade também é um importante indicativo de preços, pois no caso de estâncias balneárias, por exemplo, aumenta os preços dos *trades* turísticos no verão e, no caso de estâncias climáticas, o aumento acontece no inverno, obtendo os melhores preços fora da estação principal.

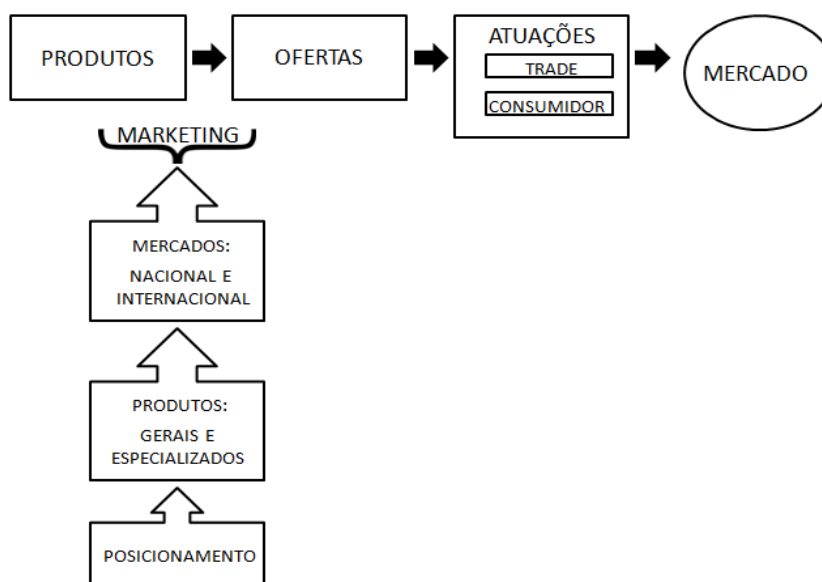
E para promover um atrativo, destaca a promoção, que “é a atividade da comunicação que tem o objetivo de informar, persuadir e gerar lembrança dos produtos ou serviços aos clientes atuais e potenciais, visando influenciar suas opiniões ou incitar uma ação” (RIBEIRO; FLEURY, 2006, p. 52). Esse item pode ser aplicado num plano de mídia para propagação dos atrativos turísticos, utilizando a imprensa e os veículos de comunicação, pois a disseminação da mensagem atrai conseqüentemente turistas. Ações para propagação de eventos locais podem ser boas estratégias, além de *merchandising*, ações em redes sociais, entre outros pontos do marketing no quesito promoção.

Para orientar o fluxo do marketing orientado para o mercado apresenta-se, na Figura 4, o processo do marketing turístico representado por Chias (2007), que

evidencia o fluxo do marketing agindo nos produtos/ serviços, gerando oferta por meio dos atrativos e do *trade* turístico, e resultando em ações no mercado.

Paralelamente ao citado por Chias (2007), para um município, que possui atrativos, possa se destacar neste meio, deverá possuir um plano de marketing turístico, criando estratégias de posicionamento perante os outros destinos, identificando os produtos/serviços (gerais e especializados) mais fortes, e os lançando no mercado (nacional e internacional), a fim de gerar consumo e conseqüentemente satisfação dos desejos dos turistas. Começa-se a pensar, entrelaçadamente, em questões para a realização de um marketing de lugares.

**Figura 4 – O marketing da oferta ao mercado**



**Fonte:** Adaptado de CHIAS, 2007, p. 29.

Para Chias (2007), o plano de marketing turístico exige combinar duas orientações: a estratégia que define o que se vai promover, e a operacional que estabelece as ações a serem feitas desde o início, para aumentar a captação de turistas.

Analisando as observações de Chias (2007), nota-se que os municípios necessitam, além de realizar um planejamento turístico adequado para movimentar a economia local, de um planejamento de marketing de lugares, pensando não somente em atrair turistas e, sim, em preparar a população para recebê-los.

Uma situação simples que deve ser pensada é que o turista somente voltará ao município e realizará o marketing positivo, incluindo o “boca a boca”, caso tenha tido uma experiência agradável em sua viagem. Se os atrativos não estiverem estruturados para recepcioná-los, ocasionando uma experiência negativa, ele não voltará ao local e propagará mensagens de rejeição aos conhecidos.

Assim, todos os esforços são necessários para que a gestão pública e os *trades* envoltórios ao turismo possam desenvolver um trabalho eficaz localmente. Como também, para que os turistas sejam recebidos por meio de uma estratégica ação de marketing turístico. Com o propósito de expor a sincronização entre ações de marketing, impactos nos turistas, experiências vividas, foi elaborado o Quadro 2, com um ciclo simples do marketing e o turismo para o consumidor.

**Quadro 2** - Fluxo do marketing para o turismo



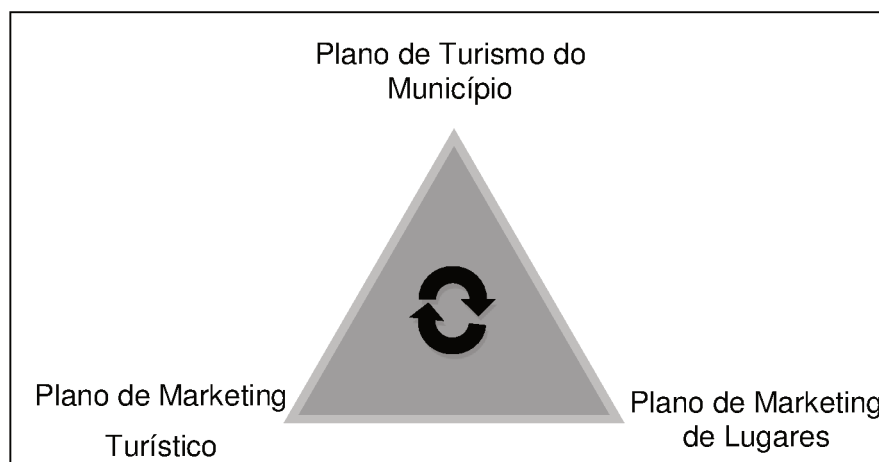
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Esse ciclo poderá acontecer positivamente ou negativamente na questão do marketing, dependendo das experiências vividas pelo turista no município. O marketing relaciona-se ao turismo intensamente, pois é ele o responsável por divulgar os atrativos turísticos nos veículos diversos, atraindo os turistas que conseqüentemente visitarão São José do Barreiro, por exemplo, consumindo produtos e serviços e movimentando a economia local.

O planejamento turístico e as definições das características de cada atrativo são importantes para o desenvolvimento, inclusive o regional. No Quadro 3, consta

uma visão geral do tripé dos planos de marketing e a necessidade de ação em conjunto.

**Quadro 3** - Tripé dos planos de marketing



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Além da divulgação dos atrativos pelo marketing turístico, deve-se pensar no marketing de lugares, pois ambos conjuntamente ao plano de turismo do município, gerarão um ciclo voltado a promoção local.

## 1.6. Marketing de Lugares

Os lugares são os palcos da vida cotidiana, gerando histórias, experiências e unindo pessoas. “Lugar é a parte do território que resulta das relações afetivas dos homens com o meio ecológico e ou técnico, dos homens com os homens, onde se cria uma relação de pertencimento, uma identidade entre comunidade” (BESSA; ÁLVARES, 2014, p. 29).

Normalmente, o lugar é apropriado pelo turismo, que investe em infraestrutura para gerar atrativos e fazer com que haja movimentações de pessoas. A população local fica como uma expectadora, olhando de fora e usufruindo os atrativos e o *trade* turístico do município. Para Bessa e Álvares (2014), ao se apropriar dos lugares, o turismo não impede a vida cotidiana, embora possa modificá-la, e neles continuam a acontecer a vida local e a atividade turística.

Assim, “o lugar turístico é o território onde o turismo se realiza, e onde há a ocorrência de interações e inter-relações temporárias entre o anfitrião e o turista”

(FRATUCC, 2000, p. 131), em que ambos deverão sentir-se confortáveis, pois a viagem para o turista é um momento de experiências e sensações, na qual poderá verificar cenários novos e conhecimentos diversificados. Já para o habitante, será a solidificação de sua essência e o sentimento de pertencimento de um lugar que se faz especial ao outro.

Segundo Santos (2006), o lugar turístico é como fragmentos das redes que mostram uma dimensão social concreta, pois é assim que o turismo acontece, baseado num realizar solidário e fruto da diversidade de culturas e pensamentos. Para que essa rede se consolide, é necessário um plano turístico que deve ser planejado pela governança municipal em conjunto com a comunidade.

Bessa e Álvares (2014) afirmam que o planejamento turístico municipal deverá contemplar questões referente a população do município e a questão turística, pois a realidade desigual de paisagem turística com as do cotidiano, pode ser causa de conflitos, quer seja com reações locais traduzidas em manifestações isoladas, ou com movimentos organizados numa rejeição ao turismo.

Para que isso não ocorra, espera-se que antes da realização de um plano de marketing de lugares e mesmo o turístico, o município deve primeiramente averiguar a estrutura interna, a receptividade da população fixa ao turismo, e prepará-la para o recebimento dos turistas. “A menos que um planejamento mais sistemático controle e oriente o desenvolvimento do turismo, pois seu impacto pode criar mais problemas do que soluções”. (THEOBALD, 1998, p. 269).

A fim de evitar problemas futuros, uma boa opção é o investimento em qualificações adequadas aos *trades* locais, pois “a qualificação da mão de obra empregada para prestar serviços de alto nível, na diversificação da oferta e na equação custo-benefício, busca atender as expectativas dos turistas”. (OLIVEIRA, 2005, p. 62), palestras informativas a população, mostrando os ganhos sociais e econômicos, com o desenvolvimento do turismo. Além da governança investir em incentivos públicos na área turística e facilidades de créditos para a cadeia produtiva.

O marketing de lugares é uma parceria na qual deve envolver a população, o estado, e os *trades* turísticos, avaliando a cidade como um produto turístico, de forma a entender as necessidades da população local e dos turistas.

Segundo Kotler; Gertner; *et.al.*, (2005), para a realização do marketing de lugares, escolhas são necessárias e existem quatro estratégias para atrair visitantes,

moradores, comerciantes, enfim, são os *stakeholders*: marketing de imagem; marketing de atrações; marketing de infraestrutura e marketing de pessoas.

O autor Kotler; Gertner; *et.al.*, (2005) afirma ainda que o marketing de lugar abrange basicamente quatro atividades: desenvolver um posicionamento e uma imagem forte e atraente; estabelecer incentivos atraentes para os atuais e os possíveis compradores e usuários de seus bens e serviços; fornecer produtos e serviços locais de maneira eficiente; e promover os valores e a imagem do local de uma maneira eficiente, para que os possíveis usuários tenham consciência de suas vantagens diferenciadas.

A imagem de um local é sentida a partir de um olhar interativo do observador e público-alvo, e deve tangibilizar as expectativas turísticas envoltórias ao planejamento municipal. Para Kotler; Gertner; *et.al.*, (2005):

O Marketing de imagem busca projetar imagem forte e substancial para atrair potenciais compradores, pois sem uma imagem original e diferenciada, um lugar potencialmente atraente pode passar despercebido em meio ao vasto mercado de lugares disponíveis (KOTLER; GERTNER; *et.al.*, 2005, p. 71):

Para um lugar remeter uma imagem atrativa, deve ser lembrado por símbolos locais, e podem ser criados *slogans* para chamar a atenção do turista.

O município de São José do Barreiro, por exemplo, divulga a marca local com o *slogan*: “Tempo de Prosperidade”. E os símbolos utilizados na composição da marca demonstrados na Figura 5, remetem às características locais, como as riquezas naturais; o turismo de aventura; a ruralidade e a Igreja de São José, padroeiro do local.

**Figura 5** – Logomarca do município de São José do Barreiro



**Fonte:** Site institucional do município, 2016.

Para Bessa e Álvares (2014), além disso, como forma de assegurar a atratividade de determinada localidade, não basta melhorar sua imagem. Os propositores e gestores devem entender que é preciso investir na infraestrutura das localidades, inclusive nos atrativos para atrair turistas regionalmente.

O marketing de atrações e infraestrutura se entrelaçam num planejamento estratégico local, pois para que haja atratividade aos turistas, necessita-se de infraestrutura local e divulgação externa. Há lugares que possuem atrativos e podem ser aprimorados, e há locais que os desenvolve para recepcionar um evento, por exemplo. Foi o caso em Belo Horizonte (Minas Gerais), nos jogos da Copa do Mundo FIFA 2014, onde “as áreas centrais da cidade foram remodeladas e investiu-se na eficiência do sistema viário” (BESSA; ÁLVARES, 2014, p. 56).

O fator pessoas é uma das dimensões envolvidas no planejamento de marketing de lugares, pois o povo forma a reputação de um local. Além de sua “diversidade cultural, é um fator para transmitir o entusiasmo associado a experiência de visitar e trabalhar na região” (KOTLER; GERTNER; *et.al.*, 2005, p. 81).

O marketing de pessoas pode utilizar-se de personalidades famosas para atrair o público para locais específicos, como o realizado com o jogador de futebol Pelé, cuja imagem foi associada à campanhas publicitárias no Brasil. Pode haver a associação do destino turístico com líderes entusiasmados; pessoas competentes que realizaram alguma ação importante na localidade; aqueles com perfil empreendedor e pessoas que se mudaram para o local (fenômeno “siga-me”), e arrastam seguidores por todo o mundo.

Assim, o marketing de lugares é um processo contínuo e deve ser trabalhado de forma estratégica com o governo, com a população e com os *trades* turísticos para divulgar o município e sua infraestrutura. Esse processo pode acontecer de forma eficaz, se a população estiver envolvida e conhecer o seu papel turístico. Somente assim, poderá gerar o desenvolvimento da região.

Já o marketing turístico possui um olhar mais mercadológico. A atividade turística e seus atrativos são utilizados para atrair turistas, visando a geração de lucros. O turismo é visto como um produto (serviço) para geração de renda aos *trades* turísticos e, conseqüentemente, gera o crescimento econômico e o crescimento da renda.

## 2. MÉTODO

### 2.1. Tipo de pesquisa

A proposta para esse estudo foi utilizar a pesquisa de caráter descritivo, “que tem por finalidade investigar as características de determinada realidade ou mesmo descobrir variáveis componentes dessa realidade” (APPOLINÁRIO, 2006, p. 115), para investigar o município de São José do Barreiro, visando olhar o turismo local e seus atrativos turísticos.

Também foi feito o uso da pesquisa na perspectiva exploratória, uma vez que “alguns pesquisadores utilizam para se referir a pesquisas cujo objetivo consiste em formular hipóteses ou mesmo aumentar a familiaridade em relação a determinado tema” (APPOLINÁRIO, 2006, p. 69). E trazer um olhar do turista para os atrativos turísticos do município e o desenvolvimento turístico local.

O estudo é composto por três fases, sendo a entrevista qualitativa com gestor público municipal; a aplicação de questionário com população local para avaliar opinião sobre atividade turística; e a análise por meio da observação de uma amostra da estrutura dos atrativos turísticos do município.

Num aspecto observacional, no qual Eisenhardt (1989, p. 532, tradução nossa) afirma que “para os autores desenvolvem as teorias através da combinação de observações, deve haver bom senso e experiência”, levando em consideração a realidade social e cultural local. Os atrativos turísticos presentes no município são observados, fotografados e analisados com um olhar de pesquisador do turismo local. As fotografias “entre as pesquisas que propõe a analisar a imagem como documento, registro de uma determinada realidade ou representação de um caso ou situação, destacam-se as abordagens de caráter mais etnográfico”. (DUARTE; BARROS, 2005, p. 331).

Seguido por pesquisa de campo, com aplicação de entrevista qualitativa semiestruturada, “visando à compreensão ampla do fenômeno que está sendo estudado, considerando que todos os dados da realidade são importantes de serem examinados” (GODOY, 1995, p. 21), inclusive a opinião dos gestores locais.

Itens de análise de conteúdo aborda de forma simplificada, um “método muito empírico, dependente do tipo de «fala» a que se dedica e do tipo de interpretação que



se pretende como objectivo” (BARDIN, 1977, p. 30). E, para a complementação, uma pesquisa quantitativa de opinião, visto que “os dados quantitativos se baseiam em tabulações de diferentes eventos organizacionais, que codifica a cada estudo realizado”. (YIN, 1981, p. 61, tradução nossa).

A pesquisa foi trabalhada de forma conjunta numa “mescla de métodos evidenciados, quantitativa e qualitativa, fazendo com que haja a integração de dados do mesmo tema” (YIN, 1981, p. 60, tradução nossa), e enriquecem o objeto de estudo tornando-o mais aprofundado e peculiar.

## **2.2. População e amostra**

O lócus de estudo é o município de São José do Barreiro, caracterizado por estância turística e que faz parte da Região Metropolitana do Vale do Paraíba, microrregião de Bananal – São Paulo, possuindo uma população de 4.077 habitantes, segundo o Censo 2010 realizado pelo IBGE (2010).

Para embasamento das pesquisas e definição das amostras, a parte metodológica do projeto dividiu-se em três momentos. Primeiro, a observação direta de uma amostra dos atrativos turísticos do município, elencados no mapa presente do portal institucional da prefeitura. A observação aconteceu durante um período de dois anos e meio, com visitas locais em diversos meses do ano, e foi analisada, com um olhar de um turista, a infraestrutura e atendimento do atrativo. No segundo momento, foi realizada uma pesquisa, por meio de entrevista semiestruturada aberta, com o gestor local municipal na ocasião, que é o responsável, de forma direta, por elaborar o planejamento turístico e impulsioná-lo localmente, a fim de identificar se estão alinhados com o cenário identificado pela observação e opinião da população. E, para a complementação do estudo, foi aplicado um questionário com pesquisa quantitativa semiestruturada e fechada a população, com amostra não probabilística por acessibilidade, com 5% de erro amostral e 95% de nível de confiança.

A base para cálculo amostral teve como critério de seleção cidadãos com idade igual ou superior a 20 anos, a fim de verificar a opinião sobre a questão do turismo e sobre situação dos atrativos turísticos locais. Segundo a Tabela 1, realizada pelo IBGE (2010), os habitantes com idade igual ou acima de 20 anos totalizam um valor de 2.643, se somados os gêneros de homens e mulheres:

**Tabela 1** – Faixa etária da população de São José do Barreiro

Pirâmide Etária		
São José do Barreiro		
Idade	Homens	Mulheres
0 a 4 anos	139	142
5 a 9 anos	180	175
10 a 14 anos	194	194
15 a 19 anos	172	156
20 a 24 anos	162	152
25 a 29 anos	142	155
30 a 34 anos	136	134
35 a 39 anos	147	156
40 a 44 anos	134	147
45 a 49 anos	140	136
50 a 54 anos	133	105
55 a 59 anos	114	81
60 a 64 anos	67	83
65 a 69 anos	63	63
70 a 74 anos	53	58
75 a 79 anos	42	40
80 a 84 anos	21	33
85 a 89 anos	8	16
90 a 94 anos	0	3
95 a 99 anos	0	0
100 anos ou mais	0	0

Fonte: Adaptada do site do IBGE (2010)

Após seleção dos habitantes, aplicou-se a fórmula amostral abaixo, segundo Levin (1987), onde “n” equivale a amostra calculada; “p” a população, ou seja, o número de elementos a ser pesquisado; “ $Z_{\alpha/2}$ ” refere-se ao nível de confiança amostral, que o erro amostral seja inferior no que foi definido pela pesquisa; “q” verdadeira probabilidade do evento. E, para finalizar, o item “E” é igual o erro amostral, isto é, a porcentagem de erro da pesquisa.

$$n = \frac{N \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2}{\hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2 + (N-1) \cdot E^2}$$

Nesse sentido, estima-se a base amostral para a pesquisa no Município de São José do Barreiro, de um total de 336 habitantes, em um período de corte transversal, realizou-se uma coleta de dados únicos para a pesquisa.

### 2.3. Plano para coleta de dados e Instrumento

Buscando responder à pergunta de pesquisa, foi utilizada três formas de coleta de dados. Primeiro, o método da observação direta, seguido por pesquisa qualitativa semiestruturada aberta e pesquisa quantitativa semiestruturada fechada, com os pesquisados, visando explorar o assunto proposto. “A pesquisa científica em turismo como em qualquer outra área, pode ter como paradigma predominante o método quantitativo ou qualitativo ou mesmo ambos.” (SAKATA, 2002, p. 32).

Houve a coleta de dados bibliográficos “aprofundado nos periódicos e em outras fontes fidedignas de informações, visando produzir um texto que explicará ao leitor todo histórico do problema proposto (...).” (APPOLINÁRIO, 2006, p. 80), por meio de materiais na área de turismo e planejamento, cartilhas governamentais com orientações referentes ao turismo brasileiro, e ao turismo internacional. E *sites* que informam indicadores estatísticos de desenvolvimento, como IBGE, Firjan e IPEA.

Para investigar e aplicar as teorias estudadas houve a coleta de dados por observação direta, “entrando em contato diretamente com o fenômeno estudado, utilizando para isso, os órgãos do sentido como ferramentas essenciais para a exploração de uma determinada realidade.” (APPOLINÁRIO, p. 134, 2006). Esse procedimento foi necessário para a realização da análise da amostra dos pontos turísticos do Município de São José do Barreiro. Ander-Egg (1978, p. 97, tradução nossa), afirma que a observação “não deve ser totalmente espontânea ou casual, pois não é apenas olhar, mas também analisar. Um mínimo de interação de controle é imposto em todos os casos, para se obter resultados válidos”.

Após a aplicação de questionário semiestruturado aberto ao gestor público local do Município de São José do Barreiro, buscou-se identificar, na gestão pública local, suas experiências, e verificar o posicionamento público e político em relação ao turismo local.

Na pesquisa qualitativa, “há um roteiro previamente estabelecido, mas também há espaço para a elucidação de elementos que surgem de forma imprevista ou informações espontâneas dadas pelo entrevistado.” (APPOLINÁRIO, 2006, p. 134), que se encontra no Apêndice B, e que serviu como auxílio de gravação de áudio para a transcrição das respostas.

Para triangular os itens observados na análise e verificados na pesquisa qualitativa, aplicou-se o questionário quantitativo, que está presente no Apêndice A. Visando identificar o olhar desse público, o da população, referente ao planejamento turístico e atrativo local “a partir da aplicação de métodos quantitativos de investigação, que permitem chegar a verdades universais.” (DEBOÇÃ *et al.*, 2012, p. 58). “A triangulação pode estabelecer ligações entre descobertas obtidas por diferentes fontes e torná-las mais compreensíveis.” (NEVES, J., 1996, p. 02).

Todos os questionários de entrevistas foram submetidos e aprovados pelo comitê de ética da Universidade de Taubaté, conforme apêndice G. A entrevista com o poder público de São José do Barreiro foi efetivada, e finalizada a aplicação dos questionários com a população. Para a realização da pesquisa qualitativa, os envolvidos assinaram os termos legais autorizando disponibilizar a entrevista pessoalmente, e a sua gravação para transcrição. A pesquisa qualitativa (apêndice D e E), foi baseada na margem de cálculo amostral de acordo com a quantidade populacional local.

Por se tratar de um método descritivo e exploratório, o teor das pesquisas tornam-se flexíveis, podendo haver ajustes ao longo do processo. Para Eisenhardt (1989, p. 539), é legítimo adicionar métodos de coleta de dados no decorrer do estudo, pois os investigadores tentam entender cada caso individualmente de forma profunda.

#### **2.4. Plano para análise de dados**

O procedimento de análise de dados, via tabela com informações básicas para atendimento ao turismo, foi feito pela sistematização organizada das observações identificadas na análise realizada no Município de São José do Barreiro.

Usou-se, como parâmetro, o formulário disponível pelo Ministério do Turismo às estâncias turísticas, tabela realizada por Hanai (2009), em sua tese de doutorado, e complementado por informações do Sebrae São Paulo. Devido à dificuldade de acesso a alguns pontos mais distantes do município, foi realizada uma amostra dos atrativos, sendo selecionados pelo nível de atratividade; disponibilidade de visitação; localidade; e aqueles que não necessitavam de meios de locomoção específicos, como os carros com tração nas quatro rodas.

Os resultados foram compilados e avaliados por meio de métricas estipuladas pela pesquisadora, analisando o nível de atratividade e infraestrutura aos turistas.

Foram colhidos os resultados das entrevistas semiestruturadas abertas de forma qualitativa, na tentativa de compreender os fenômenos resultantes sobre o turismo local. Para Godoy (1995), a pesquisa qualitativa:

Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995, p. 58).

Para complementação, houve a análise dos dados coletados na pesquisa quantitativa, por meio da relação das pesquisas realizadas, pois a “ideia básica é comparar a ocorrência conjunta de certas variáveis em contexto natural”. (APPOLONÁRIO, 2006, p. 115). Para esse momento, foi utilizado programas estatísticos na verificação dos dados colhidos, aplicando frequência, média e porcentagem nos resultados.

Observando o município com um olhar de turista, e analisando a gestão pública e a população, foi aplicada uma Matriz SWOT, uma ferramenta de gestão, a fim de triangular os posicionamentos de cada item, e verificar as forças e fraquezas locais, minimizar as ameaças e potencializar as oportunidades na geração de renda aos munícipes. Para SpareMBERGER, ZAMBERLAN (2008), a Matriz SWOT é a

A análise SWOT constitui-se em uma ferramenta que deu base à chamada escola clássica de planejamento. Busca-se identificar quais pontos fortes da empresa poderiam ser utilizados para explorar as potencialidades do ambiente e quais pontos fracos deveriam ser corrigidos para evitar ameaças. O estudo do ambiente externo permite que a empresa identifique aquilo que poderia escolher para fazer (SPAREMBERGER; ZAMBERLAN, 2008, p. 61).

Essa ferramenta servirá para identificar as forças e fraquezas, ameaças e oportunidades para o município como estância turística, e verificar as perspectivas para o desenvolvimento econômico e turístico do local.

### **3. RESULTADOS**

As verificações das amostras dos atrativos do Município de São José do Barreiro, foram realizadas pela observação do local, com olhos de turista, e encontram-se nos apêndices de H a U (páginas de 142 a 178) e, no decorrer do estudo, os atrativos são identificados e explanados.

A verificação, teve como base, o formulário disponível pelo Ministério do Turismo às estâncias turísticas; a tabela de “Cadastro de atrativos naturais” realizada por Hanai (2009), em sua tese de doutorado; e informações disponíveis pelo Sebrae São Paulo.

Os formulários qualitativos e quantitativos foram submetidos e aprovados pelo Comitê de Ética (apêndice F e G; páginas 138 e 139). E a entrevista qualitativa, que seria inicialmente com os gestores públicos locais, foi aplicada apenas ao prefeito (gestão 2012 a 2016). Pois diferentemente do evidenciado no Portal de São José do Barreiro (2016), no final dessa gestão não existiu um Secretário de Turismo no município, sendo esta função acumulada pelo prefeito da época.

Com a população barreirense a entrevista quantitativa foi finalizada, e os resultados serão apontados no decorrer do estudo.

A partir dos itens encontrados na análise e nas entrevistas, foram delimitadas ações que possam minimizar a situação atual do município. E a aplicação do marketing turístico, como forma de oportunidade para a Matriz SWOT elaborar a promoção das forças locais.

Os meios possíveis de divulgação dos resultados finais do projeto serão artigos científicos para revistas; e eventos que se interessem pelo tema, além de uma apresentação oficial à prefeitura do município.

#### **3.1. Caracterização da área de estudo – São José do Barreiro**

Após estudar turismo e desenvolvimento, conceitos de turismo, marketing turístico e lugares, a proposta foi realizar um estudo sobre São José do Barreiro, município vale paraibano presente no circuito do Vale Histórico e na RMVale - Região Metropolitana do Vale do Paraíba Paulista, microrregião de Bananal (sub-região 4).

Localizado na serra da Bocaina, possui em seu território o Parque Nacional da Serra da Bocaina, um dos mais belos locais nessa região para apreciar belezas naturais, compostas por trilhas na mata, cachoeiras, gastronomia interiorana e, segundo publicação no Portal Brasil (2013), é um dos lugares mais importantes do mundo devido a sua beleza natural e espécies de plantas e animais preservados, (identificado pela Revista *Science*), sob gestão do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio).

O município faz divisa com Resende e Paraty – Rio de Janeiro; Bananal, Cunha e Areias – São Paulo; e originou-se no século XVII, tornando-se parte do caminho dos tropeiros que realizavam o traslado de Minas Gerais a Paraty, em suas rotas de comércio, a fim de escoar o ouro mineiro nos portos marítimos.

Uma das travessias de rio no caminho, com o constante tráfego de tropas, transformou-se num grande atoleiro que muito dificultava a passagem das tropas. Em épocas de cheia, as tropas eram obrigadas a aguardadas que as águas baixassem para poder transpor o obstáculo cheio de barro. (BARREIRO, 2016).

O caminho virava um atoleiro, dificultando a passagem dos tropeiros. Assim, Souto (1959) em seu livro, do centenário do município, afirma que:

Existiu nas imediações a cidade, um atoleiro constante, onde as centenas de tropas deixavam uma boa parte de suas ferraduras, comércio rendoso de um morador de suas mediações; em toda a parte era conhecido o célebre Barreiro (SOUTO, 1959, p. 05).

O território foi atraído pelo: “Capitão Fortunato Pereira Leite, seus irmãos e cunhado João Ferreira de Souza se estabeleceram e fundaram um arraial nas proximidades do "Barreiro", nos fins do sec. XVII.” (BARREIRO, 2016). Com uma localização favorável ao escoamento de mercadorias, a terra foi atraída por familiares do capitão e trabalhadores diversos, que iniciaram o plantio do café, gerando riquezas para a região.

Segundo Barreiro (2016), em 1820 foi construída uma capela dedicada a São José. E, em virtude do local ser conhecido como "Barreiro" além da capela de São José, o arraial passou a se chamar: São José do Barreiro. Elevou-se a município em 09 de março de 1859, e em 1865, a capela tornou-se a Matriz do local.

A movimentação na região minguou após o término do ciclo do café, afetando São José do Barreiro, onde o autor, Monteiro Lobato, refere-se e contextualiza em seu livro *Cidades Mortas*. Alguns versos em *Cidades Mortas* refletem o pacato cotidiano, após a crise cafeeira na microrregião de Bananal:

Até o ar é próprio; não vibram nele fonfons de auto, nem cornetas de bicicletas, nem campainhas de carroça, nem pregões de italianos, nem ten-tens de sorveteiros, nem plás-plás de mascates sírios. Só os velhos sons coloniais – o sino, o chilreio das andorinhas na torre da igreja, o rechino dos carros de boi, o cincerro de tropas raras, o taralhar das baitacas que em bando rumoroso cruzam e recruzam o céu. Isso, nas cidades. No campo não é menor a desolação (LOBATO, 1919, p. 12).

E na década de 1950, a construção da Rodovia Presidente Dutra foi um outro fator que contribuiu para acentuar a redução do fluxo em toda a microrregião de Bananal. Para Vieira (2009), após a construção da Rodovia Presidente Dutra em 1951, reduziu o movimento na Estrada dos Tropeiros, que corta várias pequenas cidades como Silveiras, Areias, São José do Barreiro e Bananal, isolando esses municípios e contribuindo para a desaceleração do desenvolvimento regional. A rota do comércio foi migrada para a nova estrada, pois era um acesso novo, rápido e facilitado.

Atualmente, São José do Barreiro tem como base de sua economia a agricultura (cana, abóbora, mandioca, milho, feijão e arroz), a pecuária leiteira e o turismo. Há no município oportunidade de desenvolvimento do turismo cultural, por causa das fazendas e casarões de café. Os naturais por causa da localidade, proporcionando o turismo de aventura, turismo rural e ecoturismo. Por causa dos seus atrativos, em 1998 o município foi elevado a Estância Turística de São José do Barreiro.

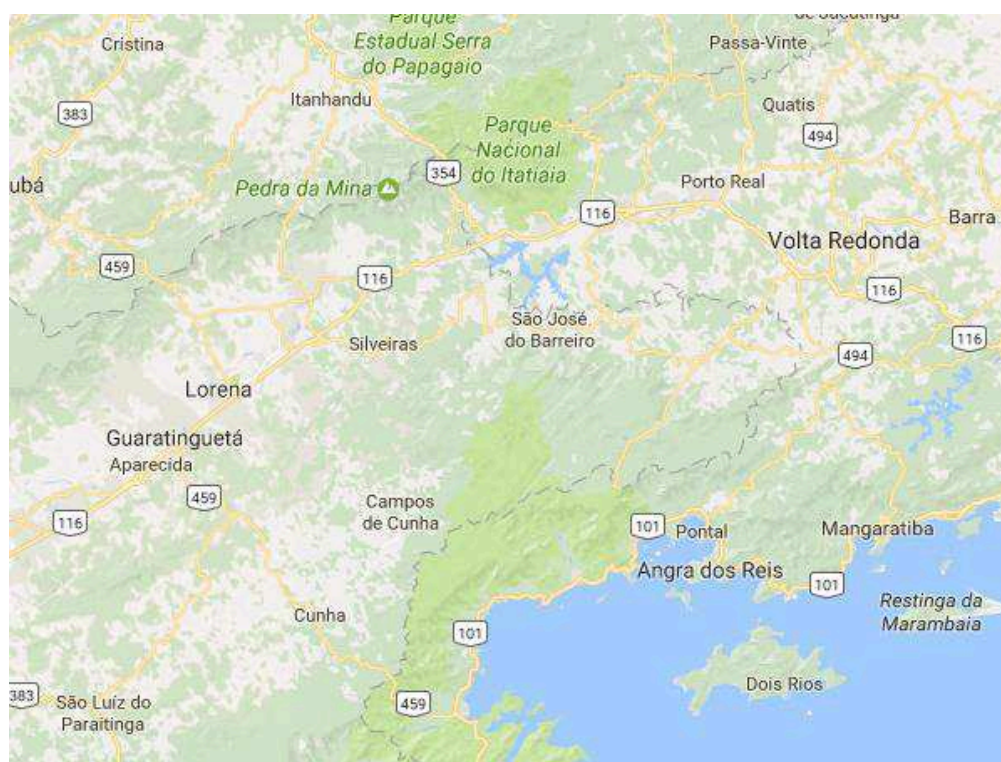
Abrangendo uma área de 570,685 km<sup>2</sup> e 4.077 habitantes, segundo informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010), a população é equilibrada basicamente com a porcentagem de homens de 50,2% e mulheres de 49,80%. Faz parte da região Metropolitana 39 municípios e 2,3 milhões de habitantes, segundo governo do Estado de São Paulo, pelo material institucional sobre a RMVale - Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte. E muitos deles, ligados de alguma forma ao turismo regional.



Do ponto de vista histórico, é uma região muito especial, onde a cultura do café deu base para a indústria de São Paulo. O novo café, agora, é o petróleo, o gás e muito mais. Isto porque, a força econômica do Vale do Paraíba e Litoral Norte vai da produção de aviões à indústria pesada, passando pelo setor. (BRASIL, 2014)

Na Figura 6, segue o mapa do município de São José do Barreiro, a fim de verificar os municípios que compõem o Vale Histórico:

**Figura 6** – Mapa do município



**Fonte:** Adaptado de Google maps (2017)

A RMVale, é uma das regiões mais desenvolvidas no Estado de São Paulo. Uma região que “está estrategicamente situada entre as duas Regiões Metropolitanas mais importantes do País: São Paulo e Rio de Janeiro. Além disso, destaca-se nacionalmente por intensa e diversificada atividade econômica.” (EMPLASA, 2012).

Partindo que a RMVale é uma região com potencial para o desenvolvimento, inclusive de turismo, o município de São José do Barreiro enquadra-se em sua composição. Para a Emplasa (2012):

O turismo é, sem dúvida, outro fator de competitividade nacional na disputa por investimentos. É uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo e, por ser um mercado altamente promissor, possibilita inúmeras opções de trabalho – gerando empregos, divisas e movimentando milhões de dólares (EMPLASA, 2012, p. 30).

A proposta é reunir dados socioeconômicos, culturais e sociais para elaboração de um diagnóstico turístico e, posteriormente, aplicar uma Matriz SWOT, sugerindo planos de ação de divulgação. Utilizando, também, o marketing turístico e marketing de lugares em São José do Barreiro.

### **3.2. Observações e análise dos atrativos turísticos visitados em São José do Barreiro**

O município possui atrativos naturais, artificiais, históricos, e voltados ao lazer e entretenimento possibilitando a realização de turismo cultural, aventura, ecoturismo e rural, ou seja, principais tipos de turismos locais. Nesse sentido, analisou-se as características dos atrativos através de visitas locais, e através da aplicação de questionários específicos, que foram elaborados pela autora durante dois anos e seis meses de pesquisa no município. E a verificação de adequação desses locais aos turistas, juntamente com a cadeia do turismo presente localmente.

Há 48 lugares para se conhecer no município. Estes lugares estão presentes no portal institucional da prefeitura. E também na praça principal, nos mapas/guias turísticos de bolso distribuídos na entrada do município em datas festivas. Nota-se que muitos dos locais selecionados no mapa fazem parte do *trade* turístico municipal, mas não significa que são necessariamente atrativos, utilizando do mapa como forma de divulgação do estabelecimento. Porém, não deixam de serem importantes para o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo, até porque é um mapa indicativo e não possui orientações geográficas.

No apêndice V, pode-se visualizar o Mapa Turístico de São José do Barreiro, termo utilizado pela prefeitura local, mesmo tratando-se de um guia por não haver escalas e especificações geográficas. A listagem em ordem alfabética, com os lugares elencados no mapa/guia turístico de São José do Barreiro, encontra-se na Tabela 2, e reflete os tipos de turismo praticado pelo município, como o turismo de aventura, turismo cultural, turismo rural e ecoturismo.

**Quadro 4 -** Relação dos lugares turísticos de São José do Barreiro

ATRATIVOS	ATRATIVOS
Balneário Água Santa	Parque Nacional da Serra da Bocaina
Bar do Cheque	Pedra da Graúna
Bar do Neto Peixe Fresco	Pedra Redonda
Cachoeira da Esmeralda	Pesqueiro do Carlinhos
Cachoeira da Mata	Pico da Bacia
Cachoeira da Usina	Pousada Campos da Bocaina
Cachoeira das Posses	Pousada da Bocaina
Cachoeira do Paredão	Pousada do Legado
Cachoeira Santo Izidro	Pousada Dona Esmeralda
Cachoeirão	Pousada Encanto da Bocaina
Camping	Pousada Fazenda Conde D'eu
Carnaval	Pousada Fazenda da Barra
Casa de Pedras Ruínas	Pousada Fazenda são Benedito
Cemitério	Pousada Recanto da Floresta
Fazenda Lagoa da Saudade – Pouso Rural	Pousada Ventos da Bocaina
Fazenda Pau d'alho	Rampa de Voo Livre
Fazenda Santa Tereza Rural Scapes	Refugio Ecológico Vale dos Veados
Fazenda São Francisco	Represa do Funil
Feirinha em Formoso	Restaurante Por do Sol
Festa de São José	Restaurante O Rancho
Hotel Fazenda Clube dos 200	Rota Franciscana
Hotel Porto da Bocaina	Terra Linda Atelier
Icmbio	Trilha da Bocaininha
Igreja de São José	Trilha do Ouro
Lagoa da Siriema – Esporte e lazer	Vila Mariana
Parada do Queijo	Vila Santana

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

No mês de setembro de 2016, foram incluídos mais nove atrativos, pela prefeitura local, no mapa de bolso entregue aos turistas na entrada do município, e em eventos institucionais que a prefeitura participa. Os novos atrativos elencados são: Caminho da Bocaininha; Pico do Tira Chapéu; Fazenda Cataduba – RPPN; Pousada Estância Real; Pousada do Lageado; Cachoeira dos Mochileiros; Cachoeira do Bonito; Cachoeira dos Marrecos e Cachoeira dos Veados. Esses novos atrativos não constam no mapa analisado por esse trabalho, e poderá ser incluído em futuros estudos sobre o município.

Observa-se que há bares, fazendas, hotéis, o ICMBio, vendas locais, pousadas, restaurantes e bairros dos municípios, todos itens da cadeia do turismo. Entende-se, segundo explicação de Oliveira (2005), que o fator decisivo em geral para o turismo, resulta das atrações existentes e do custo dos serviços.

Quanto mais atrações existirem, mais dias os turistas permanecerão no local, desejando conhecer tudo o que a cidade oferece. E o período da estadia contribui para aumentar a geração de renda.

Porém, observou-se que há poucos incentivos e roteiros específicos ao turista, o que não proporciona ao município uma boa geração de renda local. No mapa turístico municipal impresso, (que é distribuído aos turistas na entrada do município e em eventos institucionais) consta o endereço e contato das pousadas do material, restaurantes, entre outros, e isso pode ser uma ação de marketing dos comerciantes locais para captação de turistas, utilizando o mapa como espaço publicitário, além de contribuir com o custeio do material.

Há também, atrativos locais que não constam no mapa, como a Praça da Seresta frequentada pela população e visitantes, e a Câmara Municipal que já foi Cadeia Municipal, por exemplo.

Considerando os aspectos de cada atrativo turístico, e baseando na classificação presente na cadeia turística do turismo (Fecomércio), mencionado e explicado no referencial teórico, pode-se classificá-los com as seguintes terminologias (podem parecer controversas pelas questões socioculturais, mas referem-se a termos técnicos do turismo): Naturais, Artificiais, Lazer e Entretenimento, Manifestações Populares, Negócios, Eventos e Acontecimentos e Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas, destacando que o município pratica os tipos de turismo: cultural, rural, aventura e ecoturismo.

**Quadro 5 – Atrativos turísticos Naturais de São José do Barreiro**

<b>ATRATIVOS DO MAPA TURÍSTICO - NATURAIS</b>	
<b>Atrativo</b>	<b>Classificação</b>
Balneário Água Santa	Naturais
Cachoeira da Esmeralda	Naturais
Cachoeira da Mata	Naturais
Cachoeira da Usina	Naturais
Cachoeira das Posses	Naturais
Cachoeira do Paredão	Naturais
Cachoeira Santo Izidro	Naturais
Cachoeirão	Naturais
Camping	Naturais
Lagoa da Siriema – Esporte e lazer	Naturais
Parque Nacional da Serra da Bocaina	Naturais
Pedra da Graúna	Naturais
Pedra Redonda	Naturais
Pico da Bacia	Naturais
Rampa de Voo Livre	Naturais
Refugio Ecológico Vale dos Veados	Naturais
Represa do Funil	Naturais
Trilha da Bocaininha	Naturais
Trilha do Ouro	Naturais

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016

Os atrativos artificiais presentes em São José do Barreiro, isto é, aqueles que foram construídos pela ação do homem, e que foram apontados no mapa turístico do município, estão indicados na Tabela 4; e os frequentados e observados são: Cemitério, Fazenda Pau D’alho e Igreja São José.

**Quadro 6 – Atrativos turísticos Artificiais de São José do Barreiro**

<b>ATRATIVOS DO MAPA TURÍSTICO - ARTIFICIAIS</b>	
<b>Atrativo</b>	<b>Classificação</b>
Casa de Pedras Ruínas	Artificiais
Cemitério	Artificiais
Fazenda Lagoa da Saudade – Pouso Rural	Artificiais
Fazenda Pau d’alho	Artificiais
Fazenda Santa Tereza Rural Scapes	Artificiais
Fazenda São Francisco	Artificiais
Igreja de São José	Artificiais
Rota Franciscana	Artificiais

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Na Tabela 5, há os atrativos de manifestações populares locais que atraem pessoas de diversas regiões. E a amostra dos atrativos observados contempla todas as manifestações populares. Além de atrair turistas, na pesquisa quantitativa realizada (poderá verificar os resultados no decorrer do estudo), as manifestações populares foram elencadas como um dos itens mais frequentados pela população local.

**Quadro 7** –Manifestações populares de São José do Barreiro

<b>ATRATIVOS DO MAPA TURÍSTICO – MANIFESTAÇÕES POPULARES</b>	
<b>Atrativo</b>	<b>Classificação</b>
Carnaval	Manifestações Populares
Feirinha em Formoso	Manifestações Populares
Festa de São José	Manifestações Populares

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Realizou-se a observação de uma amostra dos atrativos em São José do Barreiro, e a aplicação do formulário de análise (Apêndice C), e pode-se averiguar de forma geral, que os atrativos necessitam de manutenção e investimentos por parte da gestão pública, devido ao estado de conservação que foi visualizado pela visitação.

A Câmara Municipal local foi visitada com o intuito de encontrar materiais que pudessem contribuir para o estudo. No prédio está localizada a biblioteca municipal, mas segundo informações de funcionários locais e observado *in loco*, permanece fechada e sem acesso aos visitantes desde dezembro de 2015. Havia apenas um Livro do Centenário de São José do Barreiro, e as atas antigas de sessões de Câmara, disponíveis à população.

Ao procurar a Secretaria de Turismo, nas instalações da Prefeitura Municipal de São Jose do Barreiro, foi identificada a inexistência do setor, e do Secretário. O prefeito com mandato de 2012 a 2016, que respondia pela área de turismo, e os documentos legais estavam sob a sua responsabilidade, mesmo constando o nome de um Secretário de Turismo e Eventos no portal institucional da prefeitura.

Sem informações organizadas, até o momento não foram encontrados portfólios e materiais com explicações e históricos dos atrativos do município, apenas os elencados nos materiais institucionais. Assim, os materiais serão analisados na observação do espaço, com base na tabela de dados elaboradas, e que consta nos apêndices de H a U.

Essa pesquisa contribui no trabalho, pois, além do turista externo, a população também utiliza os atrativos. E pode-se observar que necessitam de manutenção, limpeza e cuidados.

### 3.2.1. Balneário Água Santa

O Balneário Água Santa é um local onde há o afunilamento do rio Água Santa, permitindo que turistas possam banhar-se de forma tranquila, relaxante e gratuita. Localiza-se a 1,5 km do centro do município (perímetro urbano), facilitando a visita dos turistas e população local.

Para ir até o atrativo pode-se utilizar o transporte de carro, moto, vans, bicicleta ou até mesmo a pé. Não há ônibus municipal que transporte até o local, até mesmo, pela proximidade ao centro do município. O caminho é composto por asfalto, estrada de terra e piso intertravado, considerado muito bom (pelo formulário de avaliação aplicado no apêndice H). Há também o cerceamento do espaço, com portões delimitadores que ficam abertos constantemente aos visitantes. Há sinalizações do atrativo no decorrer da estrada e no centro do município. Segue a Figura 7, para a visualização da área do atrativo.

**Figura 7** – Balneário Água Santa



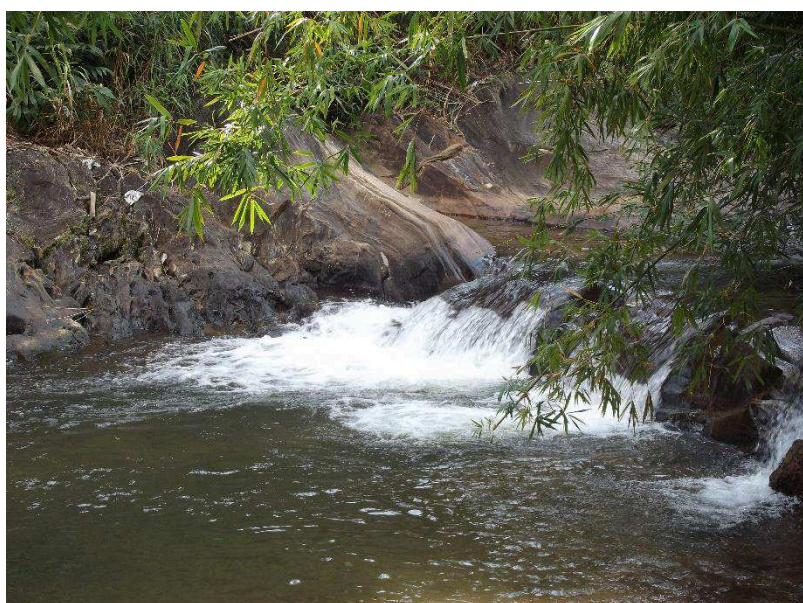
**Fonte:** Autora, 2016

Adentrando o perímetro do Balneário, há um espaço de lazer que possui churrasqueiras, mas o banheiro permaneceu trancado no período da visita, e a



lanchonete estava desativada. Não foi identificado, pela visita realizada, acessibilidade para pessoas com deficiência e vigias/policiamento no local. Na Figura 8, pode-se observar a queda d'água da Cachoeira Água Santa.

**Figura 8** – Cachoeira Água Santa



**Fonte:** Autora, 2016

Os turistas e a população podem ir até o local pelo lazer e entretenimento, convívio com a natureza e relaxamento, buscando um turismo ecológico. Na Água Santa não há guias que possam compartilhar informações históricas ou outras orientações mais específicas, mas pode-se observar uma beleza natural com nível de conservação mediana. E falta ações com práticas sustentáveis e sociais efetivas para tornar o ambiente mais interessante.

Na pesquisa quantitativa realizada, demonstrará nos próximos capítulos, que o Balneário foi considerado, pelo ranqueamento elaborado, o atrativo mais visitado pela população local, representando 82% da amostra avaliada. É um local com alta visitação da população inclusive aos finais de semana e feriados, a fim de refrescar em dias ensolarados.



### 3.2.2. Cachoeira da Mata

A Cachoeira da Mata é composta por belezas únicas, permitindo aos turistas o contato com a natureza para relaxamento de forma gratuita. Localiza-se a cerca de 7 km do centro do município (perímetro rural), possuindo um percurso mediano em nível de acesso.

Para ir até o atrativo é necessário o auxílio de veículos (carro, moto ou van), pois a estrada é de terra, e os mesmos deverão ser estacionados no canto da pista ao chegarem na placa indicativa do atrativo. Não possui estacionamento. Posteriormente o visitante deverá prosseguir a pé em uma breve trilha. Mesmo sendo uma caminhada rápida, cerca de quinze minutos, há vários obstáculos (árvores caídas) no percurso, inclusive há trechos íngremes e escorregadios. Segue a imagem de um trecho mais precário da trilha, demonstrada na Figura 9. O caminho está deformado e limitado, dificultando identificá-lo como trilha, devido à falta de manutenção.

**Figura 9** – Trilha da Cachoeira da Mata



**Fonte:** Autora, 2016

Chegando na cachoeira há apenas os poços, onde os visitantes banham-se e descansam com familiares e amigos, num espaço mais privativo. Não há estrutura

turística; seguranças/policiamento; iluminação (orientado ir durante o dia); guias de turismo (somente se for contratado por agências locais); acessibilidade para pessoas com deficiências; lixeiras e restaurantes próximos. Pela observação realizada, é um ambiente que falta ações com práticas sustentáveis e sociais efetivas, mas pode proporcionar aos visitantes, atividades de ecoturismo e turismo de aventura. Segue a cachoeira, na Figura 10, demonstrando que mesmo possuindo sinalização precária, e uma trilha sem cuidados a beleza do local chama a atenção. A água é límpida e calma, retratando tranquilidade aos visitantes.

**Figura 10** – Cachoeira da Mata



**Fonte:** Autora, 2016

A pesquisa quantitativa realizada demonstrará, nos próximos capítulos, que a Cachoeira da Mata faz parte também dos atrativos utilizados pela população, representando 38% da amostra avaliada.

### **3.2.3. Cachoeira do Paredão**

A Cachoeira do Paredão é composta por um ambiente de fácil acesso, permitindo aos turistas o contato com a natureza e convívio com amigos e familiares de forma gratuita. Localiza-se dentro do bairro da Bocaina, caminho para o Parque Nacional da Bocaina. E está a 7,8 km do centro do município (perímetro rural), possuindo um percurso com nível de fácil de acesso.

Para ir até o atrativo é necessário o auxílio de veículos (carro, moto ou van), pois é longe do centro do município (vinte minutos de carro), e a estrada é de asfalto com pequenos trechos de terra. Não há sinalização clara sobre o atrativo durante o percurso e para seguir até a cachoeira, o visitante deverá estacionar o veículo no canto da pista, e seguir a caminhada até as quedas d'água em um tempo de aproximadamente quinze minutos.

A caminhada é tranquila e nível baixo de dificuldade. Na figura 11, pode-se observar a grande parede de pedra onde a água corre e sustenta a cachoeira.

**Figura 11** – Cachoeira do Paredão



Fonte: Autora, 2016

A pesquisa quantitativa realizada, demonstrará nos próximos capítulos, que a cachoeira do Paredão representa, pelo ranqueamento elaborado, 23% da amostra avaliada.

#### **3.2.4. Cachoeira Santo Izidro**

A Cachoeira Santo Izidro é uma das mais belas e conhecidas cachoeiras do município, e está localizada dentro do Parque Nacional da Serra da Bocaina (perímetro rural), localizada a cerca de 29 km do centro de São José do Barreiro.

Destaca-se pelas suas belezas naturais e possibilidade de relaxamento, meditação e convívio com a natureza.

Para visitar o atrativo é necessário o auxílio de veículos (carro, moto ou van), pois é distante do centro do município (trinta e cinco minutos de carro), e a estrada é de asfalto com pequenos trechos de terra. Após chegar na guarita do Parque Nacional da Bocaina, há estacionamento local, mas é necessário trilhar a pé por volta de mais de trinta minutos, atravessando pontes, trilhas íngremes e escadarias de terra. Mesmo com um nível de dificuldade média/alta (depende do preparo físico de cada turista), é um caminho inexplicável e com belezas raras, valendo a pena o esforço realizado.

Na Figura 12, segue a imagem da cachoeira, para visualizar a beleza natural que esse atrativo reflete e a tranquilidade a quem o frequenta. Por ser uma cachoeira mais afastada, o local está normalmente vazio, podendo o turista realizar meditações e reflexões num ambiente tranquilo.

**Figura 12** – Cachoeira Santo Izidro



**Fonte:** Autora, 2016



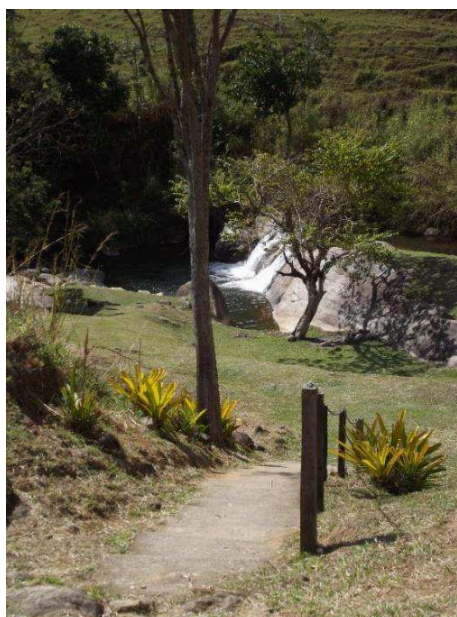
O caminho é sinalizado, mas não possui estrutura turística; seguranças/policiamento; iluminação (orientado ir durante o dia); guias de turismo (somente se for contratado por agências locais); acessibilidade para pessoas com deficiência; lixeiras e restaurantes próximos. Há estrutura turística apenas na guarita do Parque Nacional da Bocaina, onde o turista acessa obrigatoriamente. A pesquisa quantitativa realizada, demonstrará nos próximos capítulos, que a Cachoeira do Santo Izidro representa 57% da amostra avaliada.

### 3.2.5. Cachoeirão

O Cachoeirão é um dos locais mais conhecidos e visitados pela população, pois possui fácil acesso, a cerca de 10 km do centro do município, e é uma das cachoeiras mais próximas do perímetro urbano do bairro de Formoso. Na pesquisa quantitativa realizada, o Cachoeirão representa 73% da amostra avaliada. Para ir até o atrativo pode-se utilizar o transporte de carro, moto, vans, bicicleta ou até mesmo a pé. Não há ônibus municipal que transporte até o local.

O caminho é composto por asfalto e estrada de terra, considerado bom. Segue a Figura 13 com a demonstração do acesso ao local. Há um cuidado maior com esse atrativo pela prefeitura, até mesmo pela utilização elevada da população local.

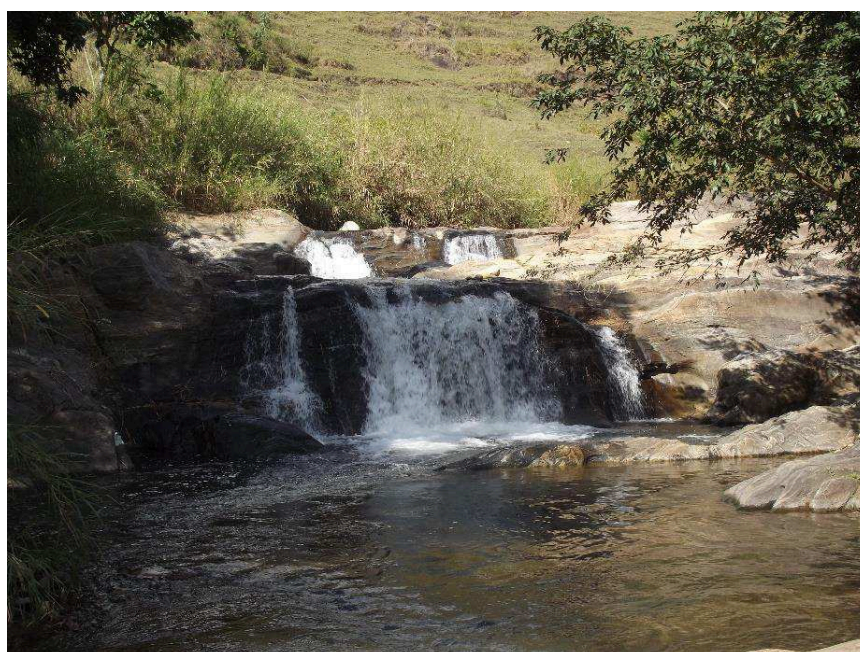
**Figura 13** – Entrada do Cachoeirão



**Fonte:** Autora, 2016

Há sinalizações do atrativo na estrada de asfalto. E no local existem pontos de comércio e ambulantes que comercializam água, biscoitos, salgados, entre outros. Há lixeiras, mas não existe acessibilidade para pessoas com deficiência, nem vigias/policiamento e guias turísticos no local. Os visitantes buscam convívio com a natureza e relaxamento, realizando um turismo ecológico. Na Figura 14 segue duas quedas d'águas pertencentes ao Cachoeirão. A composição das quedas d'águas monta um cenário atrativo e tranquilo ao turista.

**Figura 14** – Quedas D'águas do Cachoeirão



**Fonte:** Autora, 2016

### **3.2.6. Carnaval**

O carnaval é a manifestação popular mais frequentada pela população, segundo a pesquisa quantitativa, representando 79% das respostas dos entrevistados, fator que ajuda a atrair turistas para a região.

A festa acontece nos quatro dias de carnaval (de sábado a terça-feira), na praça principal de São José do Barreiro. E disponibiliza a programação com blocos de embalos, marchinhas e *shows*. Durante a festividade há policiamentos, ambulâncias de emergências e os foliões são proibidos de portarem garradas e copos de vidros, caso estejam, são abordados pelos seguranças contratados pela prefeitura.

É uma festa em que pessoas de todas as idades participam, e turistas diversos frequentam, principalmente, pela possibilidade de aproveitarem as belezas naturais do município durante o dia e, no período da noite, participarem das festividades. Segue a Figura 15, com as fotos dos foliões nos blocos de embalo, na praça principal do município.

**Figura 15** – Carnaval com bloco de rua



Fonte: Autora, 2017

### **3.2.7. Cemitério dos Escravos**

O Cemitério dos Escravos foi construído em 1860, e é um bem tombado do município, devido a sua ambientação paisagística e pitoresca, elevada comparada ao restante do município local onde barões e escravos foram enterrados juntos, fato inédito para a época. Porém encontra-se em condições precárias pela degradação do tempo e falta de manutenção. Localizado na região central e com sinalizações adequadas, quando fechado com cadeado, não há informações para visitação.

As fotos foram realizadas por meio de acesso a um terreno vizinho, e não há guias de turismo locais, e nem vigias. Não foi observada nenhuma prática social e



sustentável aplicadas ao atrativo, apenas um ambiente hostil e sem cuidados. A Figura 16 mostra a fachada do Cemitério, sem manutenção, e fechada aos turistas e população, inclusive haviam alguns carros velhos parados em frente a porta de entrada do cemitério.

**Figura 16** – Entrada do Cemitério Velho



**Fonte:** Autora, 2016

O Cemitério, por ser um bem tombado pelo IPHAN, segundo Gutlich (2016) e pesquisa realizada com o gestor local, necessita participar ativamente da vida social do município, com atividades voltadas à história e à cultura, porém nenhuma ação é realizada localmente. Se estruturado, com pessoas para receber os turistas e explicar a história do local, com a manutenção dos túmulos e retirada do mato presente localmente, além da recuperação de algumas estruturas e manutenção do prédio, poderia atrair visitantes diversos, principalmente historiadores e os que praticam turismo gótico. Segue a Figura 17 com a parte interior do Cemitério, mas pouco se observa, pois está faltando manutenção.



Não há horário de funcionamento aberto ao público, instruções à visitantes, *site* com informações, poema em lápides que possam ser visualizados. Itens que seriam importantes, para conduzir um turismo histórico. Incluindo, também, a população neste atrativo.

**Figura 17 – Cemitério Velho**



Fonte: Autora, 2016

Segundo pesquisa realizada, o Cemitério representa 26% da amostra avaliada.

### **3.2.8. Fazenda Pau D'algo**

A Fazenda Pau D'algo está localizada na entrada de São José do Barreiro e possui uma distância de 3 km do centro do município. Foi construída em 1818, pelo João Ferreira de Souza e pertencia, até a época do tombamento (tombado como Patrimônio Nacional e Estadual em 1968), à família Ayrosa, pela representação histórica e paisagística da sede da fazenda e ambiente ao redor, além de sua localização estratégica.

Produzia em suas instalações milho, arroz, aguardente. Posteriormente produziu café e, por volta de 1858, contou com o trabalho de cerca de 150 escravos. Foi frequentada por D. Pedro I e conta com um espaço circundado por muros de

pedra, grande pátio interno cercado por antigas senzalas, tulhas, cavalariças e outros cômodos. Segue na Figura 18 a vista da estrutura onde localizava as senzalas.

**Figura 18** – Senzalas da Fazenda Pau D’Alho



Fonte: Autora, 2016

Um dos motivos para o tombamento é a arquitetura existente (inclusive em sua sede), por ser umas das primeiras sedes de fazenda de monocultura cafeeira. E está localizada entre o eixo Rio de Janeiro e São Paulo.

Na década de 1980, articulou-se entre as autoridades e o IPHAN a construção do Museu Nacional do Café, e a sede Fundação Pró-memória, mas ambos nunca existiram na vida real. E hoje, observando o atrativo, encontra-se apenas os resquícios de um período áureo. Acusando a degradação e infuncionalidade social do município. Em conversa com o vigia local, foi informado que esporadicamente algumas escolas realizam visita a Fazenda, e segundo a pesquisa qualitativa, a amostra acredita que apenas 34% da população usufrui desse atrativo local.

O marco histórico da época cafeeira poderia muito bem efetivar o turismo histórico, ecológico e cultural, mas ainda precisa de desenvolvimento e ações na comunidade, mesmo estando protegido pela lei.

### **3.2.9. Fazenda São Francisco**

Fundada em 1813, a fazenda São Francisco localiza-se a 6 km do centro do município, e é umas das mais antigas fazendas do município. Preserva parte da

estrutura da época e possui, segundo o portal da Fazenda, uma sala de memórias, que:

Guarda fragmentos da história da Fazenda São Francisco e de São José do Barreiro, tem visitação orientada pelos proprietários; Assim como o Museu Armando Vianna, com mais de 50 obras, onde o visitante pode retornar para apreciá-las após a visita guiada (SÃO FRANCISCO, 2016).

Também possui móveis e acessórios da época e culinária caipira. Ambiente aconchegante para praticar a ruralidade, ecologia e convívio com a natureza. Na figura 19, consta a Fazenda São Francisco, com a estrutura visualizada na entrada do local.

**Figura 19** – Fazendo São Francisco



Fonte: Portal da Fazenda São Francisco.

Na visita realizada em 2016, para fins acadêmicos, infelizmente a pesquisa sobre os aspectos históricos e turísticos da fazenda não pode ser concluída. Para visitá-la, não houve receptividade por parte do proprietário, informando que é obrigatório o agendamento prévio do local. Impossibilitando, desse modo, visualizar as instalações e história presente. Pela pesquisa qualitativa, a amostra acredita que apenas 25% da população usufrui desse atrativo local, havendo foco dos turistas externos e em busca da tranquilidade e ruralidade.



### 3.2.10. Feirinha de Formoso

A Feirinha de Formoso acontece periodicamente em todos os primeiros domingos do mês, na praça do bairro de Formoso, a 9 km do centro de São José do Barreiro.

É uma manifestação popular organizada pelos moradores locais. Nesta feira, os moradores vendem os produtos produzidos em suas residências e fazendas, como frutas, doces, artesanatos, entre outros. Organizado pelos moradores, no período da manhã há a venda de produtos locais, estimulando o cooperativismo e ruralidade. No período da noite acontecem atividades culturais, como shows com bandas locais e barracas típicas. Nas Figuras 20 e 21, estão alguns dos produtos comercializados a preços acessíveis para a população e turistas.

**Figura 20** – Maracujás da Feira



Fonte: Autora, 2016

**Figura 21 – Doces da Feira**

Fonte: Autora, 2016

As informações da feira aos turistas são divulgadas pelo *Facebook* institucional da Prefeitura Municipal de São José do Barreiro, e pelo *BarreiroTur*. Durante a feira, no período da manhã, as organizadoras do projeto ficam disponíveis para orientações, e para a entrega do material de divulgação do município aos turistas.

Foi observado que durante a feira, no período da manhã, não houve policiamento/seguranças, como também, guias de turismo locais, mas a feira em si, mostrou ações envolvendo práticas sociais e sustentáveis.

Segundo a pesquisa qualitativa, a amostra acredita que apenas 57% da população usufrui esse atrativo local.

### **3.2.11. Igreja de São José**

A Igreja Matriz, de São José do Barreiro, está localizada na praça principal do município, e foi construída em 1865, pelo Cel. João Ferreira de Souza. Possui arquitetura neoclássica e toda a estrutura é ladeada de pedras. Nas capelas há restos mortais dos fundadores Cel. João Ferreira de Souza, de sua esposa D. Maria Rosa de Jesus, e do Cônego Benedito Gomes França (Sr. Vigário).

Normalmente, no mês de julho acontece a famosa festa de São José, missas aos domingos. Um atrativo forte do município que será explicado a seguir. A igreja é envolvida com a comunidade, através de projetos sociais. E existe acessibilidade para

cadeirantes na lateral do prédio conforme pode-se ver, na Figura 22, a rampa de acesso.

**Figura 22** – Rampa de acesso lateral da igreja Matriz de São José



Fonte: Autora, 2016

De acordo com a pesquisa quantitativa, 65% da população utiliza a Igreja de São José, estando entre as mais visitas entre os atrativos. Segue, na Figura 23, a imagem interior da igreja.

**Figura 23** – Área interna da Igreja Matriz



Fonte: Autora, 2016



### 3.2.12. Lagoa da Siriema

A Lagoa da Siriema é um espaço de lazer voltado ao turismo náutico e ao turismo de aventura, proporcionando aos visitantes a possibilidade de passeios de lanchas e caiaque na Represa do Funil, além de possuir excelente infraestrutura turística com guias locais para orientar sobre os passeios, água potável, energia elétrica, estacionamento, lixeiras, piscinas, restaurante e banheiros.

O espaço funciona normalmente aos finais de semana. E caso exista interesse em realizar algum passeio de lancha (normalmente durante o dia) com grupos numerosos, é orientado efetivar a reserva previamente. Segue, na Figura 24, o passeio de lancha sendo realizado por turistas.

**Figura 24** – Esporte náutico na Represa do Funil



Fonte: Autora, 2016

A Lagoa da Siriema está localizada a 6,5 km do centro do município, o acesso é fácil, por via asfaltada pode ser realizado de carro, moto, van, a pé e de ônibus intermunicipal (por estar localizado na estrada de acesso ao município). Apenas há um pequeno caminho de terra após a entrada do portão. Não foi identificadas ações sociais e sustentáveis, nenhum projeto envolvido, e nem acessibilidade para as pessoas com deficiência. Há, também, pouca divulgação do atrativo e não há placas

de sinalização indicativa. Na Figura 25, é possível observar a entrada principal e a vista do estacionamento local.

**Figura 25** – Entrada da Lagoa do Siriema



Fonte: Autora, 2016

### **3.2.13. Parque Nacional Serra da Bocaina**

A cerca de 29,7 km do centro de São José do Barreiro, com divisa entre os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, e também da Serra do Mar, os visitantes podem conhecer o Parque Nacional da Serra da Bocaina, composto com inúmeros atrativos naturais e voltados para aqueles que gostam do turismo de aventura e ecoturismo.

Possui 104 mil hectares, sendo umas das maiores regiões protegidas da Mata Atlântica. Segundo o ICBio (2016), o local “por se estender desde altitudes superiores a 2.000m, apresenta paisagens diversificadas e grande riqueza de fauna e flora, incluindo espécies endêmicas e ameaçadas de extinção”. Na figura 26, é retratada a paisagem encontrada pelos visitantes quando chegam no Parque Nacional.

O acesso ao atrativo é fácil, mas é necessário algum tipo de veículo automotivo ou até mesmo bicicleta, pelo percurso extenso e íngreme. Após a chegada na guarita do Parque, onde há estacionamento, banheiros, lixeiras, posto com informações e vigilância (estrutura turística), o turista deverá seguir a pé para o caminho desejado.



Dentro do Parque é possível acessar alguns atrativos: Cachoeira de Santo Izidor; Cachoeira do Paredão; Caminho para Mambucaba (Trilha do Ouro); Cachoeira das Posses; Cachoeira do Veado; Pedra do Frade e Praia do Caxadaço. Os dois últimos atrativos, não estão inclusos no Guia Turístico/Mapa de São José do Barreiro.

**Figura 26** – Vista do Parque Nacional da Serra da Bocaina



Fonte: Autora, 2016

Na pesquisa quantitativa realizada, foi considerada que 70% da população amostrada frequenta o Parque como lazer e relaxamento, mesmo sendo visitado por inúmeras pessoas de outras nacionalidades.

#### **3.2.14. Rampa de Voo Livre**

Localizada a cerca de 5 km do centro do município, a Rampa de Voo Livre é destinada para os amantes de esportes radicais, pois é um espaço que fica no alto da Serra da Bocaina. Com 1.700 m de altitude é possível visualizar todo o município de São José do Barreiro e cidades vizinhas.

É destinada para voos de parapente e esportes similares. A estrada de acesso fica no caminho do Parque Estadual. Possui asfalto, mas parte dela é com acesso de terra. Os visitantes podem parar o carro na estrada, e devem subir um morro pequeno,

com cinco minutos de caminhada, para avistar o recuo e rampa. No local, existe apenas a rampa, sem nenhuma estrutura física ou turística. Na Figura 32, segue o cenário visualizado da Rampa. Segundo a amostra pesquisada, a Rampa de Voo Livre é utilizada por 40% da população barreirense. Na figura 27, segue o cenário avistado pelos visitantes da rampa de voo livre, pois não há uma rampa propriamente dita, e sim um espaço livre em que os esportistas utilizam para praticar esportes aéreos.

**Figura 27 – Rampa de Voo Livre**



Fonte: Autora, 2016

### **3.2.15. Represa do Funil**

Localizada a 6 km do centro de São José do Barreiro, a Represa do Funil é uma excelente opção para os amantes da pesca e dos esportes náuticos. Devida a sua extensão territorial, abriga inúmeras espécies de peixes e flora diversificada. Ao redor do atrativo, há vários hotéis, pousadas, restaurantes e uma Vila de pescadores.

A represa faz parte da barragem localizada no município de Resende – RJ, e é parte integrante da Hidroelétrica de Furnas. Segundo a pesquisa realizada, 40% da amostra respondeu que a população utiliza a Represa como forma de turismo e lazer, podendo destacar o turismo náutico e ecoturismo. Seguem as figuras 28 e 29, com o cenário da Represa.

**Figura 28** – Represa do Funil



Fonte: Autora, 2016

**Figura 29** – Ponte sob a represa



Fonte: Autora, 2016

### **3.3. Análise da entrevista qualitativa**

Para verificar o posicionamento do poder público, quanto ao turismo de São José do Barreiro, foi realizada entrevista com o prefeito do mandato de 2013 a 2016, em julho de 2016.

Para análise dos resultados, as questões foram divididas em: temas específicos sobre a temática da pesquisa; avaliações das respostas com suporte do referencial teórico; e complementação com as pesquisas quantitativas aplicadas a população barreirense.

A partir de vinte e duas questões planejadas, outras foram feitas na medida em que surgiram no decorrer da conversa. Todas as questões foram aplicadas em função da temática abordada nesse estudo, que abarcou as diversas perspectivas como num prisma, para proporcionar a triangulação das informações resultantes, tanto na observação realizada pela pesquisadora, quanto na avaliação dos resultados encontrados nas entrevistas realizadas com a população, e nas respostas da entrevista com o gestor municipal.

Dentre as perguntas, encontram-se aspectos da trajetória profissional do entrevistado, como também, questões que direcionam o trabalho a certos objetivos, por exemplo, a verificação de como a gestão municipal organiza a sua atividade turística.

As respostas foram agrupadas em seis macros temas, de acordo com o assunto tratado: tema 1 - caracterização do entrevistado: trajetória profissional, qualificação e envolvimento com o turismo; tema 2 – município como estância turística; tema 3 - turismo e desenvolvimento; tema 4 – atrativos turísticos; tema 5 – regionalização do turismo e tema 6 – ações de comunicação e divulgação.

#### **3.3.1. Tema 1 - Trajetória profissional, qualificação e envolvimento com o turismo**

O tema 1 aborda a caracterização do entrevistado: trajetória profissional, qualificação e envolvimento com o turismo no município.

Diante das informações apresentadas, observa-se que a trajetória profissional do entrevistado teve como foco as atividades voltadas ao turismo. “*E ai continuei na*

*área de educação física até 98, aí em 98 eu sai da parte de educação física e foquei na, só mesmo no turismo*". Inclusive, o entrevistado teve oportunidades locais para envolver-se com a área de sua vida pessoal, fato interessante, pois o município não possui expressividade em empregos gerados pela área.

Segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento (2013), São José do Barreiro está com o índice de 0,3718, referente ao emprego e à renda (questão demonstrada no referencial teórico). E, de acordo com a pesquisa realizada pela população do município, pode-se perceber que, segundo a amostra de 336 pessoas entrevistadas, apenas 05 trabalham, atualmente, com o turismo de modo direto (2% da amostra). Isto revela que o turismo ainda é uma área a ser explorada.

O gestor local ainda completa sobre o emprego e renda, *"e referente ao emprego e renda se você for ver, é o momento da crise, o que está acontecendo, São José do Barreiro está indo bem nisso e o que aconteceu no final do ano passado (2015)? As famílias que haviam se mudado de São José do Barreiro começaram a voltar"*. O que justifica o baixo índice Firjan, mesmo, estatisticamente, o dado tendo uma base em 2013.

Além do cargo de prefeito, do município de São José do Barreiro, o entrevistado faz parte do empresariado local, por possuir uma agência de turismo receptivo, e um meio de hospedagem. *"Em novembro de 1993, eu abri a primeira agência de turismo aqui na região, aqui do Vale Histórico e começamos a trabalhar oficialmente. E aí estamos aí em atividade até hoje"*. Desse modo, além de atuar como gestor municipal, o entrevistado é considerado parte do *trade* turístico. O que aumenta a sua responsabilidade em gerir o turismo local, e agregar boas práticas da área no município.

Dos temas mais evidenciados nas respostas do entrevistado, sobre a caracterização, foi a utilização dos atrativos: Trilha do Ouro e o Parque Nacional da Bocaina (atrativos presentes no mapa turístico do município), e utilizado inicialmente como forma de lazer. *"E pra ir pra lá nós utilizávamos a Trilha do Ouro, que é essa travessia do Parque Nacional da Bocaina, então iam dois adolescentes pra lá em todo mês de Janeiro, eu e meu irmão, não tanto pela trilha, mas sim pela praia (risos). Na época meu interesse era chegar na praia e a Trilha do Ouro era no caminho mais rápido e mais barato para dois adolescentes duros e aí nós íamos pra lá"*.

O gestor destaca também, as qualificações e cursos que possui em seu currículo, e a maioria delas são voltadas ao turismo e ao ecoturismo. E todas as qualificações, neste âmbito, foram realizadas fora do município de São José do Barreiro. *“E ai, logo em seguida, eu entreguei no curso de Guia da Embratur, daí eu fiz o curso de guia e hoje, eu sou Guia Internacional de Turismo, tenho Cadastur, a MW Trekking também tem o Cadastur, então a gente está totalmente legalizado e eu fui para a Inglaterra, pra fazer um curso, é de Leadership Training, Mountain Leadership Training”*.

Referente aos cursos na área de turismo, no município, identificou-se, na pesquisa com a população, que eles são praticamente inexistentes, pois 74% da amostra revelou que não existem cursos de qualificação, nessa área, ofertados pela prefeitura, e 75% de inexistência ofertados por instituições privadas. Item latente, pois segundo a fonte oficial do município (portal institucional), também não consta informações sobre as capacitações à população no momento visualizado.

Diante de todas as informações, o gestor entrevistado esteve envolvido no turismo do município efetivamente, por fazer parte do *trade* turístico (possui pousada e agência de viagem no município), e por possuir capacitações específicas na área, atuando como prefeito no município em 2016.

### **3.3.2. Tema 2 - Município como Estância Turística**

O segundo tema abordado, envolve o município como estância turística. Perguntou-se ao gestor, como o município tornou-se estância turística, a receptividade da população e o conhecimento do termo estância; os desafios encontrados para que o município conquistasse essa titulação; os projetos existentes para a utilização da verba do Dadetur; e os maiores projetos realizados em sua gestão, além da continuidade de projetos em andamento pelas gestões futuras, em São José do Barreiro.

Segundo a pesquisa com o entrevistado, percebe-se que houve persistência por parte dele, para que o município se tornasse Estância Turística: *“daí fui procurar saber, o que é isso, Estância Turística, daí fiquei sabendo que era um recurso que o governo do estado dava para algumas cidades que tinha potencial turístico pra montar*

*estrutura turística do município, daí fiquei super entusiasmado com isso, e falei ah (sic), vou trabalhar para São José do Barreiro [...]. ”*

O gestor local também trabalhou, nas articulações partidárias e alianças pessoais, para conseguir o título ao município: *“Mas pra isso eu fui primeiro no vice governador na época que era Geraldo Alkimim, Geraldo Alkimim é daqui de Pindamonhangaba, ele era amigo de minha família [...]. E ai nos ajudou, eu cheguei nele e falei: vice governador, eu preciso que você indique um deputado, para que possa entrar com esse projeto e que esse projeto seja aprovado. E ai ele me indicou o deputado Clóves Volp que era presidente da Assembleia Legislativa e líder do PSDB na Câmara, e eu fui lá, conversei com o deputado Clóves Volp e falei assim: olha, eu não vou entrar com um projeto de uma cidade que não conheço, então o senhor está convidado a passar o final de semana em São José do Barreiro e ele veio, e ai comecei a passear com ele por aqui. Ele veio, se hospedou em São José do Barreiro, e eu passei com ele por aqui no distrito da cidade e ele ficou encantado com a cachoeira, com as cachoeiras e com tudo, sabe, e ele gostou. Daí ele entrou com o projeto”.*

Depois de seis meses de contato com a assembleia legislativa, o município recebeu o título de Estância Turística (1998), o entrevistado afirma: *“em Dezembro de 1998, Mario Covas sancionou a Lei e transformou São José do Barreiro em Estância Turística. E aí foi uns dos dias mais felizes da minha vida. E deu trabalho, nossa. ”*

Há dezenove anos que o município é considerado estância turística, sendo que 97% da amostra, entrevistada quantitativamente, reconhece esse título, e 73% da amostra sabe o que significa o município ser uma estância, seguido por 14% que não sabe o significado, e 13% parcialmente.

Isso mostra uma evolução, pois segundo o entrevistado, os munícipes não sabiam, na época, o que era uma estância, somente os governantes tinham o conhecimento, *“não tantos munícipes no geral, mas, mais o governante, e as pessoas que, a Câmara”*, além da descrença dos munícipes *“não dos munícipes não houve resistência, na realidade, eu encontrei descrença. Eles achavam que não ia dar certo”.*

Foi observado, também, que mesmo o município sendo uma Estância e orientado pelo Dadetur, não há o Comtur – Conselho Municipal de Turismo local até o momento da pesquisa, apenas grupos locais para a promoção do turismo, como é o caso do BarreiroTur. *“Não há Comtur no município, mas isso tudo vai acontecer, o Contur, criar uma outra estrutura turística, isso vai acabar acontecendo, agora é até*

*norma do Dade, então não tem jeito*". Um conselho, dentro do município, facilitaria as articulações para a área e ganhos na infraestrutura turística, pelo poder de articulação grupal.

Referente aos investimentos no turismo, o entrevistado afirma “[...] *todo mundo fala ah! Que São José do Barreiro não vai pra frente, porque não tem estrutura, mas daí eu pergunto, qual o empresário que vem investir numa cidade que ele não vai ganhar dinheiro? Nunca a estrutura vai vir antes da demanda, nunca! Ai se a gente encher de turista aqui, o pessoal vai sair insatisfeito, a primeira leva pode até ser, mas a segunda, a terceira vai encontrar cada vez mais estrutura, porque?*”.

Um total de 64% da amostra quantitativa da população, acredita que o turismo traz oportunidades empreendedoras, mas apenas 29% dos entrevistados gostariam de efetivamente trabalhar com o turismo, seguindo por 4% que já trabalha no setor, 8% que não sabem, e 60% que não possuem interesse. Essas respostas refletem uma população que acredita que o turismo é uma oportunidade de negócio, mas não sentem vontade, ou até mesmo segurança, de trabalhar nessa área, dificultando investimentos: *“Porque se você fizer a iniciativa privada acreditar que aquilo ali veio pra ficar, eles investem” afirma o gestor entrevistado.*

Sobre os ganhos do município, nos últimos quatro anos, o entrevistado citou o investimento no acesso à estrada do Parque da Bocaina; recursos do FID – Fundo de Investimento Difusos, *“a minha maior conquista foram as obras do FID e esse fundo é muito difícil de conseguir recurso e só abre a cada dois anos para os municípios apresentarem projetos”*; *calçamento dos pontos críticos da estrada rurais – Sertão da Onça (verba de 2 milhões e 800 mil)*; *inauguração do hospital e a última conquista, verba para a restauração do Teatro municipal. “E ainda depois teve o restauro do Teatro Municipal 2 milhões e 200 mil, vamos começar a obra, é recente”.*

Sobre o destino da utilização da verba disponibilizada pelo Dadetur, o prefeito informa que está no *“calçamento de pontos críticos das estradas turísticas, a revitalização do portal, o centro de informações turísticas e secretaria de turismo e a construção de mirantes na estrada do parque nacional”*. Esses investimentos poderiam ser mais divulgados à população barreirense, pois, na pesquisa quantitativa, apontou que 55% da amostra acredita que a prefeitura não investe economicamente em turismo, seguido por 16% que acredita no investimento, 20% parcialmente, e 9% não soube responder.



Além das obras informadas pelo gestor, a prática de governo local *“continua incentivando novos proprietários rurais, e empreendedores municipais, produtores a entrarem neste projeto, que a gente faz com que o turista vá comprar o produto diretamente do produtor. Segundo é dando acesso aos pontos turísticos, propriedades que tenham algum viés turístico, calçando as estradas, melhoria da estrada que vai para o parque nacional”*.

Todas essas movimentações são necessárias para melhorar o município e atrair turistas, visto que, pela observação e análise num olhar de turista, os atrativos necessitam de manutenção e cuidado por parte da prefeitura. Diante disso, foi perguntado ao gestor sobre o controle dos turistas estrangeiros, e o mesmo informou que não é realizado formalmente um controle de estrangeiros no município. *“Nós não fizemos nenhum estudo oficial nisso, teria que envolver todos os meios de hospedagens, daí eles passariam pra gente”*. Há apenas o controle realizado pela agência MW Trekking no qual é proprietário, *“tem grupos que saem de lá, vem para cá só para fazer oito dias de caminhada comigo e voltam, eles passam dois dias no Rio, mas o objetivo deles é fazer. A quantidade de pessoas é uma média de 300 a 400 pessoas por ano, estrangeiros, só a MW Trekking, o município muito mais”*.

Além de atrair turistas, o entrevistado identificou outro desafio, a concorrência entre os municípios, inclusive regionalmente. *“O desafio de São José do Barreiro hoje é a concorrência [...], pois o Brasil está começando a acordar pro (sic) turismo, ta começando a ver que o turismo dá dinheiro, então todas as cidades estão começando a mostrar o que tem”*.

A fala do gestor municipal contrasta com o Projeto governamental de incentivo ao turismo regional, um projeto do governo federal de Regionalização do Turismo (explicado no referencial teórico do estudo), que estimula e busca atrair turistas regionalmente, num trabalho de parcerias. O Projeto incentiva o turismo brasileiro, incrementando a geração de divisas, e a chegada de turistas internacionais; e promove a inclusão social e a geração de emprego. Trabalhado dessa maneira, em parcerias regionais, a concorrência poderá minimizar, e as potencialidades regionais poderá atrair públicos diversos.

E para finalizar o tema 2, perguntou-se ao gestor sobre a continuidade das obras e projetos existentes em seu mandato. O entrevistado mostrou confiante, caso o partido ganhasse a eleição, caso contrário, não poderia garantir a continuidade. *“Se*

*for o prefeito do partido que ganhar a eleição, com certeza. As com o meu sucessor, ele vencendo as eleições, ele tem o interesse em manter projetos na Represa do Funil, porque ele tem uma casa lá e lá vai ficar lindo, sabe! Olha, de qualquer maneira eu tenho que entregar a prefeitura no dia trinta e um de dezembro, seja para quem for. Então é assim, se for ele, vai dar continuidade ao trabalho que começou. E se continuar nesta mesma direção, lógico que terá resultado muito positivo, porque a gente já está tendo”.*

### **3.3.3. Tema 3 - Turismo e desenvolvimento**

O tema 3 abordou questões administrativas e voltadas ao desenvolvimento municipal: quais os ganhos para o município no último mandato; estrutura administrativa e política para o turismo municipal; projetos voltados para o desenvolvimento do turismo; e os recursos gerados pelo turismo, para a arrecadação do município.

Sobre os ganhos, nos últimos quatro anos, para o turismo local, o entrevistado destacou o aumento da demanda turística ao município, *“O aumento da demanda foi o nosso objetivo maior e nós conseguimos aumentar em 20%. Nós conseguimos aumentar a demanda do município e aumentar a taxa de permanência dos turistas em 1.3[...]”*. Reforça que a entrega do Mapa Turístico foi uma das estratégias para a conquista. *“Então, qual foi a estratégia do mapa turístico, mostrar para eles que São José do Barreiro não é apenas a Cachoeira de Santo Izidro e a Fazenda Pau D’alho, tem outras coisas. Com o mapa turístico na mão, ele pode ter uma amplitude de todos os atrativos, que são acessíveis a ele”*.

A Cachoeira Santo Izidro está na sétima posição do ranqueamento criado para esse estudo (que poderá ser verificado de forma completa no capítulo de resultados quantitativos), com base nas pesquisas quantitativas realizadas com amostra da população, obtendo 57% de visitação pela população local, e a Fazenda Pau D’alho com 34% da amostra.

Sobre os projetos, que estão em andamento, há os responsáveis por estimular os microempreendedores rurais. *“A gente continua incentivando novos proprietários rurais, e empreenderes municipais, produtores a entrarem neste projeto, que a gente faz com que o turista vá comprar o produto diretamente do produtor”* e o acesso aos

pontos turísticos *“propriedades que tenham algum viés turístico, calçando as estradas, melhoria da estrada que vai para o Parque Nacional”*.

Foi perguntado ao gestor se os recursos gerados pelo turismo são significativos para a arrecadação do município, e o mesmo informou que: *“Lógico! Sim, principalmente na geração de empregos. Se tudo continuar do jeito que está, daqui dois anos, São José do Barreiro será um dos grandes estímulos desta região do Vale do Paraíba”*.

Administrativamente o gestor informou que não há secretário de turismo, pois: *“eu coloquei três secretários, ninguém gostou em nenhum dos três! No final eu não sabia o que fazer e não nomeei ninguém. Fico com tudo, porque todo mundo que coloco lá não serve, não tem jeito”*, movimento que, turisticamente, pode afetar o planejamento e desenvolvimento do município local. Afirma ainda, *“o segmento que não aceitou, é muito difícil trabalhar, eu não tiro a razão deles, pois a prefeitura colocou o turismo de segundo plano, então, criou-se um ranço, entre o seguimento, os prestadores de serviços/ empresários e a prefeitura. Mesmo que seja uma pessoa da área do turismo, assumindo a prefeitura, isso, eu não consegui quebrar, pelo menos no meu mandato”*.

#### **3.3.4. Tema 4 - Atrativos Turísticos**

Para o 4 tema, foram reunidas questões voltadas aos atrativos de São José do Barreiro, e a forma de visitar os atrativos; se há algum projeto para a Represa do Funil; os principais investidores proprietários dos meios de hospedagem e restaurantes no município, o investimento externo, e sobre políticas para atratividade de investidores da área de turismo no município. A fim de contribuir para a triangulação dos dados pesquisados e observados, visto que o olhar pelo espectro do turista é o foco nesse trabalho.

O gestor informou que o Mapa Turístico (apêndice V) é oferecido, aos visitantes, apenas nos fins de semana. E caso queiram ir em algum lugar, precisam procurar uma agência de viagem ou guias, pois no mapa não há coordenadas e orientações sobre os atrativos naturais. *“Se eu quiser ir em algum local, tem que seguir o mapa, não tem uma orientação específica assim, de como é que se chega lá”*.

Ainda informa que o preferível é o visitante agendar com antecedência os passeios, pois alguns atrativos não possuem acessos fáceis, e necessitam de estrutura e preparação prévia. *“Se você entrar em contato no dia, alguns atrativos não são acessíveis a você, Trilha do Ouro, Pico da Bacia e Pico do Tira chapéu, não dá para chegar e falar que quero ir agora, porque são trilhas muito longas. Tem que ser feira, pelo menos, com um dia de antecedência”. Por exemplo, você vai na São Francisco, tem lá para você agendar com um dia de antecedência. A Pau D’alho por exemplo, é do governo federal, a gente não tem jurisdição sobre ela, então é um fato a parte, igual o Parque Nacional, ah, mas não pode entrar de carro no Parque Nacional, o que a gente pode fazer, isso é uma norma deles”.*

Na perspectiva de um turista, se observada a estrutura turística local, ele não conseguirá dimensionar a quantidade de riqueza e atrativos presentes no local, pois as estratégias de divulgação e receptivo municipal ainda são fracas.

Diante dessa situação apresentada, há pontos de melhorias a serem realizadas na estrutura turística, pois dos atrativos elencados no Mapa Turístico municipal, vinte são atrativos naturais. Por isso, o turista precisará de um planejamento prévio, para conhecê-los, inclusive em termos de acessibilidade devido a questões climáticas.

Perguntou-se sobre os investimentos na Represa do Funil, e o gestor respondeu que: *“tem uma estrada dos pescadores lá, que a estrada entra dentro da represa. A gente ia fazer ali, uma urbanização, píer e uma pracinha, pra as pessoas ficarem mais. Para adequar os lugares para ser um atrativo turístico, ali chama prainha; Só que a questão ambiental e as autorizações de Furnas são tão demoradas, que eu acabei deixando esse projeto de segundo plano”.*

Sobre os *trades* locais e os empreendedores externos, a *“maioria dos empreendedores são pessoas que moravam em outros lugares e buscaram uma nova opção econômica, desenvolvendo aqui no município. Embora, muitos deles já tenham vindo há muito tempo atrás, e hoje já são considerados da terra. Eu nasci aqui, sou uma das pessoas, mas por exemplo, na serra da Bocaina, tem cinco pousadas lá, eu sou o único local, totalmente local, os outros não! São pessoas que já vieram muitos anos para cá, e que estão nesta atividade agora”.*

Nota-se pelas falas do gestor que há empreendedores externos, mas não existe efetivamente uma política de atratividade local para novos empreendimentos turísticos. *“o que nós fizemos é assim, nós buscamos no Governo do Estado de São*

*Paulo, na agencia de desenvolvimento de São Paulo, que é, como eles chamam, dentro da secretaria de desenvolvimento econômico, hum ... Não, eles não investem. Eu que fui lá e coloquei São José do Barreiro como um dos pontos, aonde pessoas e empresas ou empresários do mundo quando querem investirem em São Paulo, eles vão primeiro nesta instituição, que está dentro do governo do Estado [...]. Eu cadastrei São José do Barreiro lá nesta área de hotelaria. Se vier alguma rede de hotéis interessados, eu coloquei lá que está entre Rio e São Paulo, do lado da Dutra, do lado do maior parque nacional do Sudeste brasileiro”.*

### **3.3.5. Tema 5 - Regionalização do turismo**

O tema Regionalização do Turismo, fez-se presente em duas perguntas ao gestor entrevistado. Uma sobre a existência de algum projeto de regionalização acerca do Circuito do Vale Histórico, e a outra sobre se há um limite do número de visitantes, desejável pelo município.

Sobre o Circuito, o entrevistado informou que há um roteiro turístico. E o caminho da Bocaina foi institucionalizado como uma das rotas oficiais do estado. *“Sim, tem o roteiro turístico do Vale histórico que ainda continua de certa forma atuante e a gente está fazendo agora é institucionalizando o caminho da Bocaina, então quer dizer, nós já demos entrada do pedido do caminho da Bocaina, como se fosse uma das rotas oficiais do Estado”.* E não compartilhou mais informações sobre essa questão.

Perguntou-se, também, se há algo em conjunto com os demais municípios da região para atrair turistas. O mesmo informou que: *“o objetivo é esse, e agora com a melhoria das estradas, as pessoas acabam fazendo isso naturalmente”.* Esta afirmação mostrou que não há atividade em conjunto para a regionalização do turismo local. Algo negativo, pois poderia trazer incentivos locais, promover a sustentabilidade, inclusão social, além de aumentar a renda local e fortalecer vínculos.

Sobre o limite de visitantes, o prefeito informa que não há, pois mesmo que o município seja pequeno, *“a gente consegue receber uma quantidade grande de turistas aqui, sem necessariamente comprometer o centro urbano”.* Afirma, ainda, sobre a estrutura de hotéis existentes localmente, *“mas o que acontece aqui que é uma vantagem do município, dos trinta e seis hotéis que nós temos, nós temos sete*

*na cidade, os outros todos estão na área rural. Não compromete o sistema de água e esgoto do município, não compromete a estrutura do município, da cidade [...] mas os grandes hotéis, a grande rede hoteleira, pousadas, está fora do centro urbano. Isso é uma vantagem enorme porque não compromete”.*

### **3.3.6. Tema 6 – Ações de comunicação e divulgação**

O sexto tema aborda ações de marketing e comunicação no município, a fim de prospectar informações dos atrativos externamente, e atrair turistas. Perguntou-se quais meios de comunicação são utilizados para divulgar a região, os atrativos municipais, e se há algum plano de marketing turístico para o município.

O prefeito informou que o município possui uma assessoria de imprensa, localizada em São Paulo, que divulga ações locais para estimular o fluxo de turistas de outras regiões ao município. *“Então qual é o nosso desafio, é continuar mostrando que São José do Barreiro tem um potencial enorme pra aumentar nossa demanda em pontos chaves, para justamente contratar uma assessoria de imprensa que fica em São Paulo, é uma empresa e tudo o que a gente organiza aqui, a gente manda pra ela, e ela dissemina na mídia em geral, não focada a Vale do Paraíba, não, de forma geral. Já saiu coisas de São José do Barreiro no Nordeste”.*

Afirmou, também, que os jornalistas visitam o município e realizam pautas, até empresas aéreas já realizaram matérias, via assessoria de imprensa, falando sobre o município, pois: *“tem que estar falando, falando, falando, a mídia escreve o que a mídia está escrevendo, eles não criam fato novo, eles escrevem o que todo mundo está escrevendo. Então se você está na mídia, as pessoas vão escrever sobre você. É o que aconteceu, vários jornalistas acabaram tendo interesse em vir pra cá, porque viram em outros meios falando sobre São José do Barreiro, viram as fotos, viram os lugares, pô (sic), que legal, se fizer uma matéria disso vai dar pauta! E deu, isso emissoras de TV e tudo mais, começaram a vir pra cá”.*

Sobre o plano de mídia, para divulgação de São José do Barreiro, o entrevistado afirma que já realizaram anúncios em TV, e em outros veículos de comunicação, mas o foco principal e o plano de mídia estão no meio digital, com ações no Facebook. *“Na rede social, basicamente fechamos no facebook, a gente faz uma divulgação no Facebook e ai o que as pessoas fazem, eles curtem e compartilham”.*

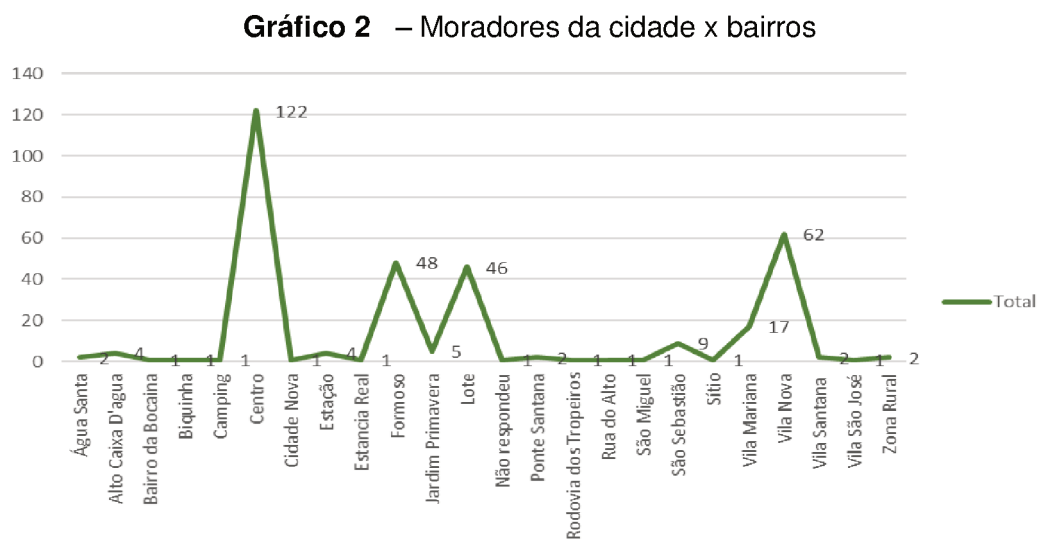
E sobre o site do município, “o site, o site oficial do município na realidade é um site de venda, não é um site que fala do poder público. O layout dele é pra isso, pra vender o município como Estância Turística”.

Na pesquisa quantitativa realizada, informa que um dos problemas para o não desenvolvimento do município é a falta de divulgação dos atrativos. E alguns entrevistados comentaram sobre esse assunto. “Falta infraestrutura para melhor receber os turistas e divulgação dos eventos”; “melhor divulgação, melhor acesso, capacitação de guias turístico”; “melhorar o acesso e divulgação” e “mais marketing, estrutura de restaurante e hotel”.

### 3.4. Análise da entrevista quantitativa

Para a composição do cenário, de São José do Barreiro, foi realizada entrevista quantitativa com amostra total de 336 barreirenses, e acima de 20 anos. Abaixo, seguem resultados das pesquisas efetivadas e as análises, para triangular teoria e pesquisa qualitativa.

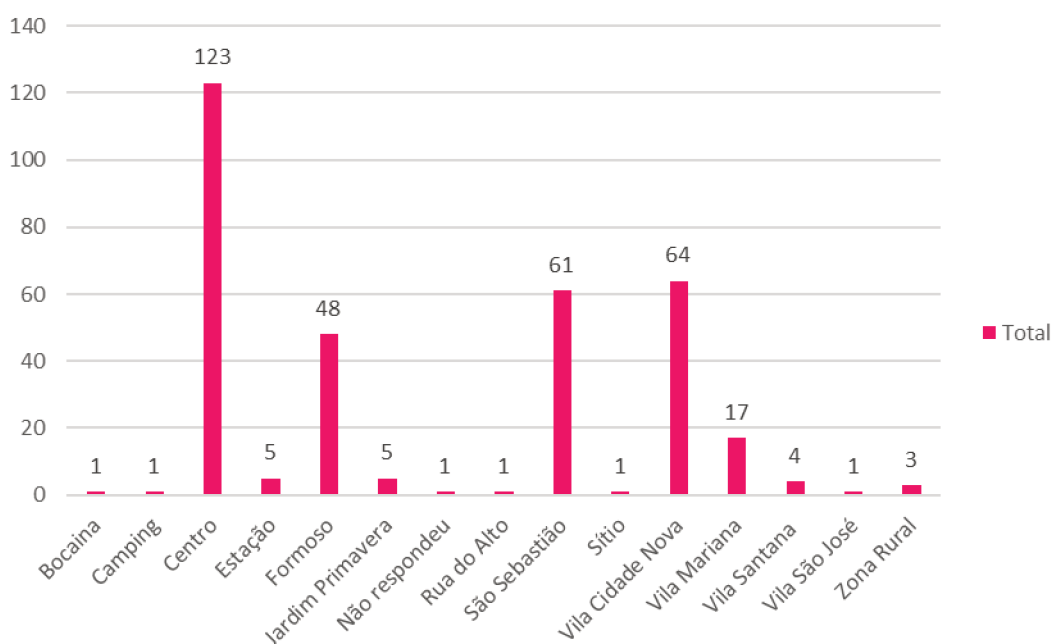
Primeiro, foi perguntado ao entrevistado se era domiciliado em São José do Barreiro, e qual bairro pertencia. Caso não morasse no município, não haveria continuidade da pesquisa, pela entrevistadora. Em resumo, encontrou-se 100% de moradores do município, e os bairros citados por eles seguem abaixo no Gráfico 2:



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

O município possui apenas um código de endereçamento postal – CEP, para as localidades, e estas são divididas em nove bairros, de acordo com o site dos correios: Bocaina; Campos São José; Centro; Formoso; Residencial Galo Branco; São Sebastião; Vila Mariana; Vila Cidade Nova e Zona Rural. Na pesquisa, apareceu outras formas de denominações dos bairros, pode-se observá-las no Gráfico 3.

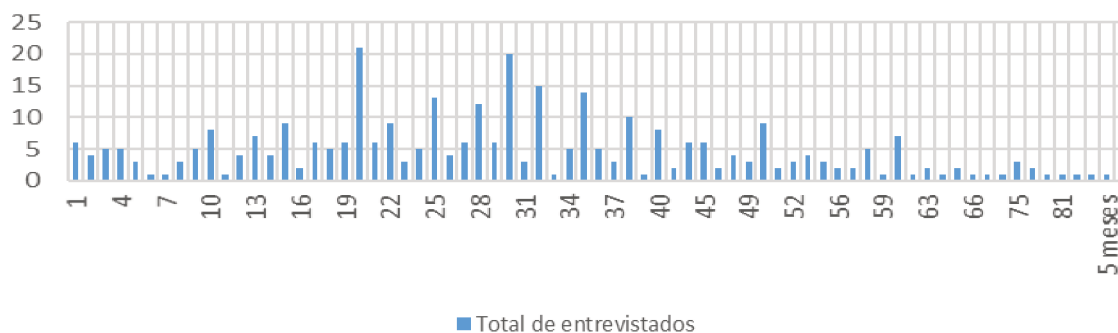
**Gráfico 3 – Bairros**



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Conforme as pessoas pesquisadas, 54% são do sexo de registro feminino, e 46% são do masculino. O Gráfico 4 mostra os índices com maiores concentrações de moradores por esta faixa.

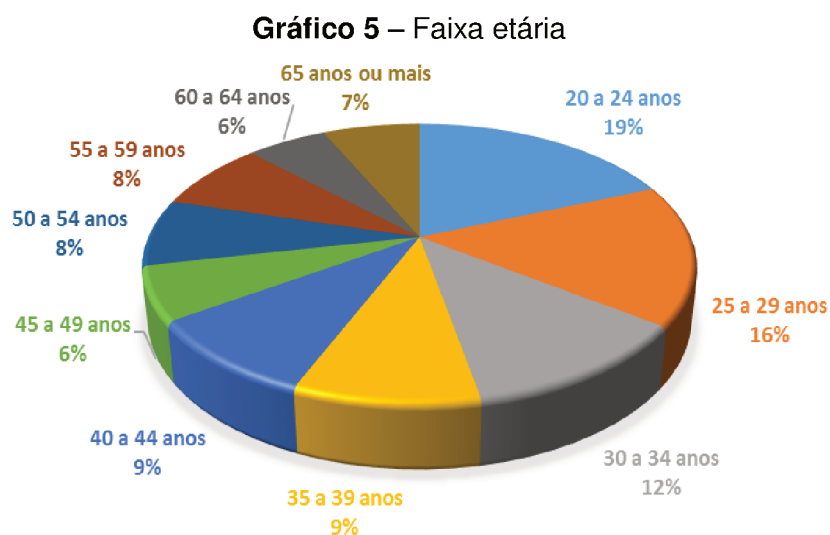
**Gráfico 4 - Tempo de moradia em São José do Barreiro**



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.



A faixa etária da amostra pode ser visualizada no Gráfico 5. Com 19% dos moradores de 20 a 24 anos, seguido com 16% de 25 a 29 anos, e 12% de 30 a 34 anos. População com idade para gerar produção e renda ao município. Apesar da técnica de seleção da amostra não ser probabilística, a faixa etária tem correspondência de proporcionalidade, conforme Tabela 2, da página 62.



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

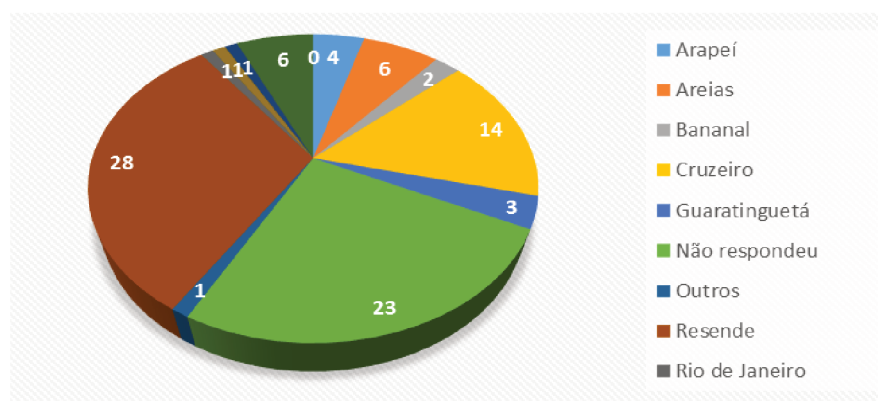
Referente ao nível de escolaridade dos entrevistados, 5% possui ensino fundamental completo; 45% possui ensino médio completo; 10% superior completo; e 4% especialista/pós-graduado. Com mestrado registrou-se apenas 0,6%. Não alfabetizado 0,3% da amostra. Seguem informações no Gráfico 6.



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Um total de 56% (188 pessoas), dos entrevistados, trabalham e São José do Barreiro. E os demais 44% (146 pessoas), exercem atividades nos municípios de Resende, Cruzeiro, Areias, Arapeí, Bananal, Guaratinguetá e Rio de Janeiro. Além daqueles que não responderam ou colocaram outras modalidades como, por exemplo, desempregados. Observa-se o Gráfico 7.

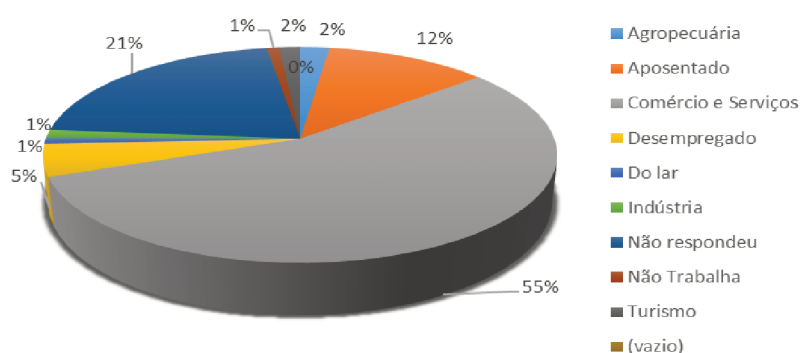
**Gráfico 7 – Município de trabalho**



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

A maioria dos entrevistados, 55% da amostra, trabalham na área de Comércio e Serviços, seguido por 21% do lar, e 12% aposentados. Apenas 2% dos entrevistados exercem atividade remunerada diretamente com o turismo, e souberam identificar o ramo. Mesmo sendo, São José do Barreiro, uma estância turística. Aqueles que trabalham com comércio e serviços acabam envolvendo-se indiretamente com o turismo local, pois podem trabalhar em *trades* da área. Os desempregados e os do lar equivalem 6% da amostra pesquisada. O Gráfico 8 demonstrará cada item especificamente.

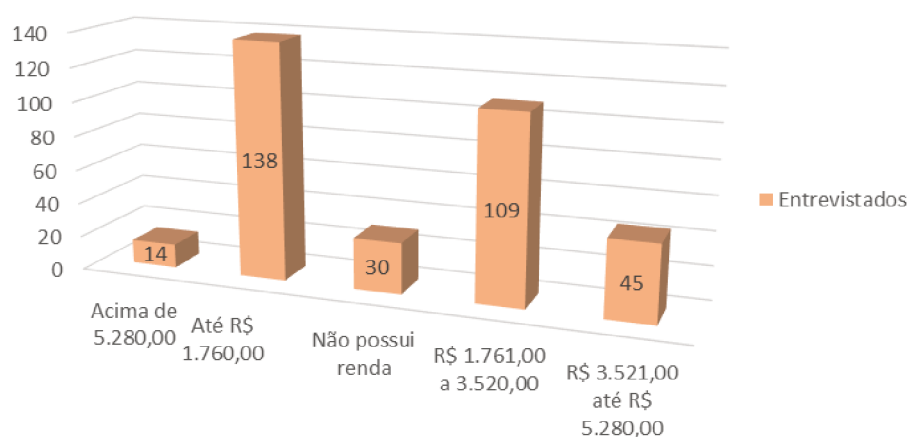
**Gráfico 8 – Área de atuação**



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

A renda familiar mensal, da amostra entrevistada, apontou que a maioria, 41%, possui salário de até R\$ 1.760,00 (equivalente a dois salários mínimos). Seguindo por 32%, com renda de R\$ 1.761,00 a R\$ 3.520,00. E 4% da amostra possui renda acima de R\$ 5.280,00 (mais de seis salários mínimos), como pode-se verificar as quantidades exatas no Gráfico 9.

**Gráfico 9 – Renda Familiar mensal**

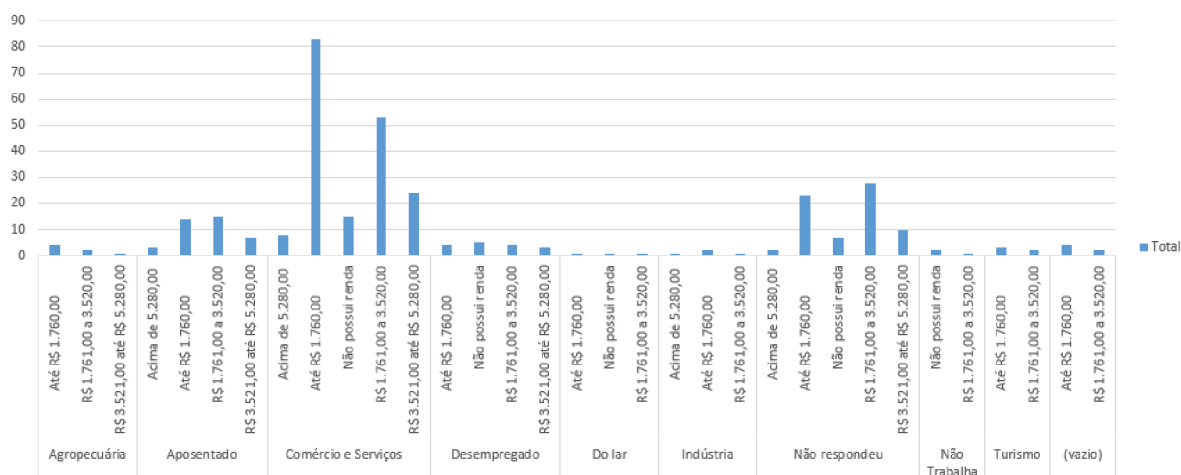


**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Já no Gráfico 10, pode-se visualizar que a maioria dos que possuem renda até R\$ 1.760,00, trabalham na área de comércio e serviços, até porque o município não possui indústrias significativas, e possui sua economia baseada na agricultura, na pecuária leiteira e no turismo.

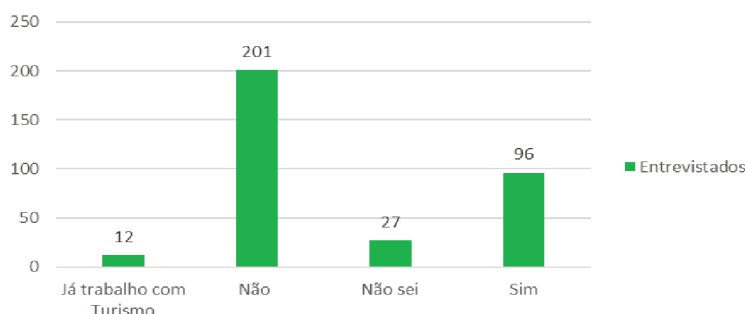
Segundo o portal institucional da prefeitura do município (2016): “tem sua economia centrada na agricultura (arroz, feijão, milho, mandioca, cana e abóbora) na pecuária leiteira, no gado de corte e no turismo”.

Nota-se, fazendo um cruzamento de dados, que a maioria da população frequentou a escola formal, com ensino médio completo. Neste caso, há maiores incidências de renda familiar mensal de até R\$ 1.760,00, na área de comércio e serviço.

**Gráfico 10 - Renda x área de trabalho**

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Conforme a amostra entrevistada, apenas 29% possui interesse em trabalhar com o turismo, e 60% não gostaria de trabalhar nesta área. Segue o Gráfico 11, com essas informações.

**Gráfico 11 – Interesse em trabalhar com o turismo no município**

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Utilizando-se de base, para a observação da autora no município, os dados resultantes da pesquisa com a população, que se pode considerar o nível baixo das pessoas interessadas em trabalhar nessa área, pode ser tanto pela descrença, quanto pela falta de infraestrutura para a atividade.

O Gráfico 12 apontou que 73% das entrevistas possuem conhecimento do que significa a titulação, estância turística, para o município. E 97% dos entrevistados, conforme o Gráfico 13, reconhecem que o município é uma estância turística.

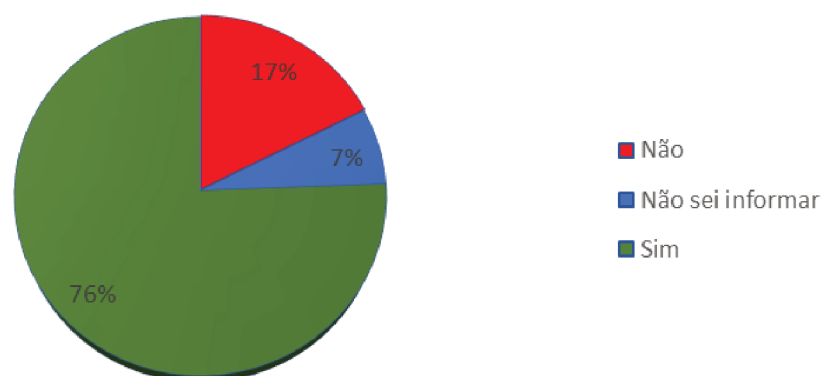
**Gráfico 12** – Conhecimento do significado de Estância

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

**Gráfico 13** – Identificação de São José do Barreiro como Estância Turística

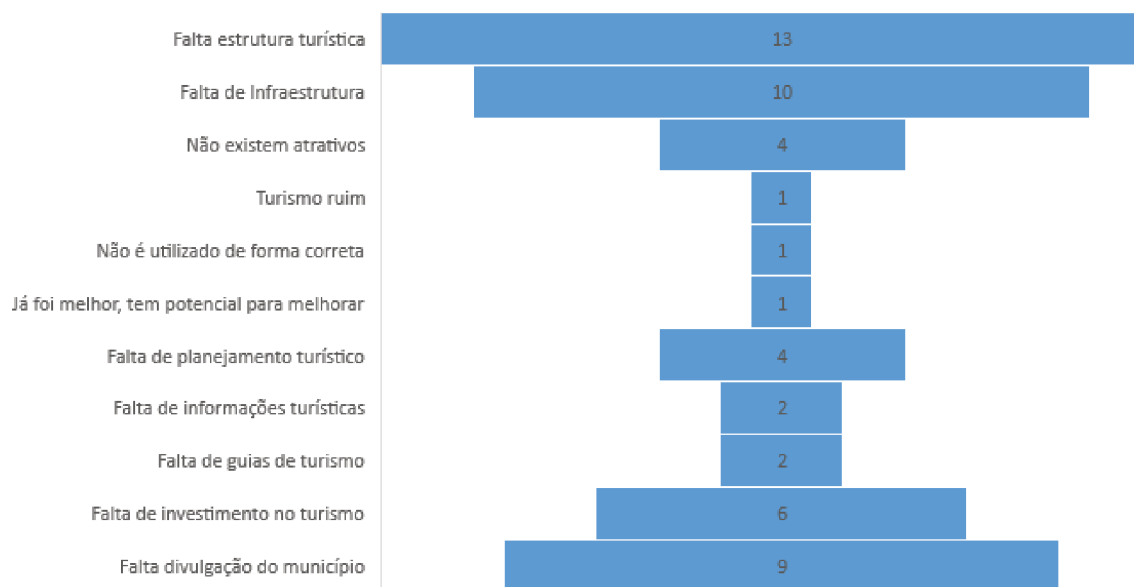
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Perguntou-se, aos entrevistados, se o turismo é atrativo e bom, caso a resposta fosse negativa, perguntou-se as razões. Em torno de 76% da amostra respondeu que sim, é bom e atrai turistas, podendo ser observado no Gráfico 14. Analisando a resposta, pode-se observar que a qualificação do turismo, como bom e atrativo, abrange várias dimensões, inclusive a cultura local.

**Gráfico 14 - Atratividade do município**

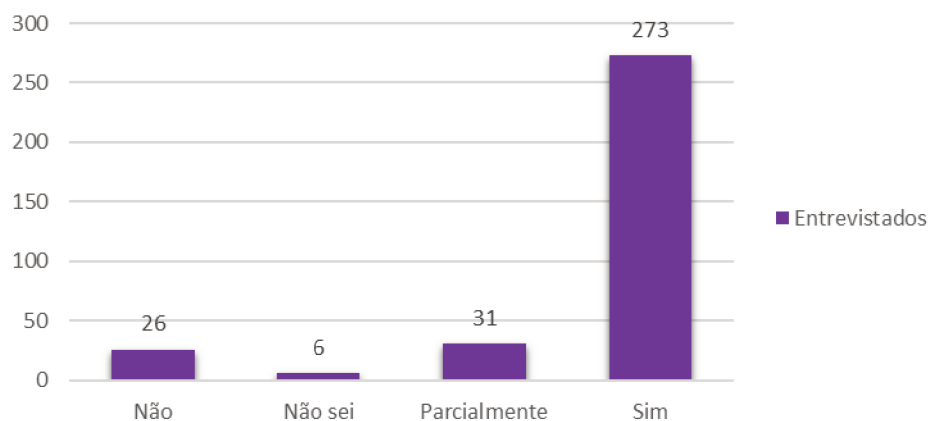
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Os 18%, dos entrevistados, que responderam negativamente, justificaram falta de estrutura turística no município, falta de infraestrutura e falta de divulgação. Poderá verificar todas as justificativas a seguir, no Gráfico 15.

**Gráfico 15 – Motivos do turismo não atrair turistas no município**

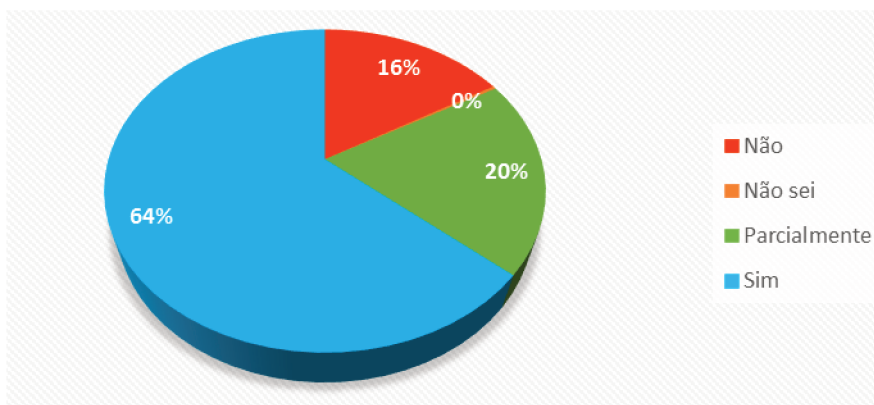
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Questionou-se, também, se o turismo pode gerar emprego e renda ao município. E 81% da amostra respondeu que sim. Refletindo na questão anterior, pode-se entender que o turismo gera emprego e renda, se trabalhado de forma planejada e com infraestrutura. Seguem as informações completas, no Gráfico 16.

**Gráfico 16 – O turismo na geração de emprego e renda**

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Perguntou-se se o turismo traz oportunidades empreendedoras ao município. E 64% acredita que sim, segue o Gráfico 17.

**Gráfico 17 – O turismo como oportunidades empreendedoras**

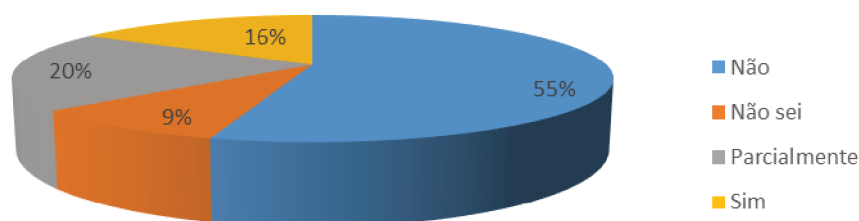
Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Se a maioria da amostra populacional acredita que o turismo traz empregos e gera renda, além de oportunidades empreendedoras, pode-se refletir as razões pelas quais muitos não gostariam de trabalhar nessa área. E refletir qual motivo justifica o baixo Índice Firjan de IDHM, inclusive no item de emprego e renda.

Buscando entender essas questões, perguntou-se, aos munícipes, se a prefeitura investe em turismo como opção de atividade econômica (Gráfico 18) no município, e 55% informaram que não há o investimento. Sobre os salários pagos por empregos gerados pelo turismo, 45% da amostra não soube informar se há uma boa remuneração para a área, seguindo por 25% que considera negativos os valores de

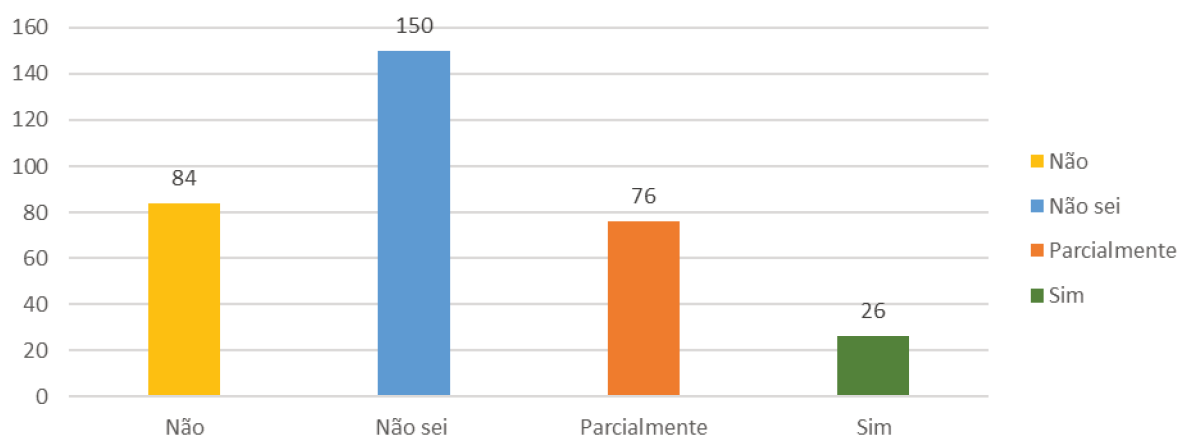
remuneração (Gráfico 19). Na pesquisa qualitativa, o prefeito informou que o turismo gera recurso de forma significativa *“Lógico! Sim, principalmente na geração de empregos. Se tudo continuar do jeito que está, daqui dois anos, São José do Barreiro será um dos grandes estímulos desta região do Vale do Paraíba”*, item de desacordo com o resultado apresentado pela amostra entrevistada.

**Gráfico 18** – Investimento da prefeitura no turismo como atividade econômica



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

**Gráfico 19** – Salários da área de turismo no município

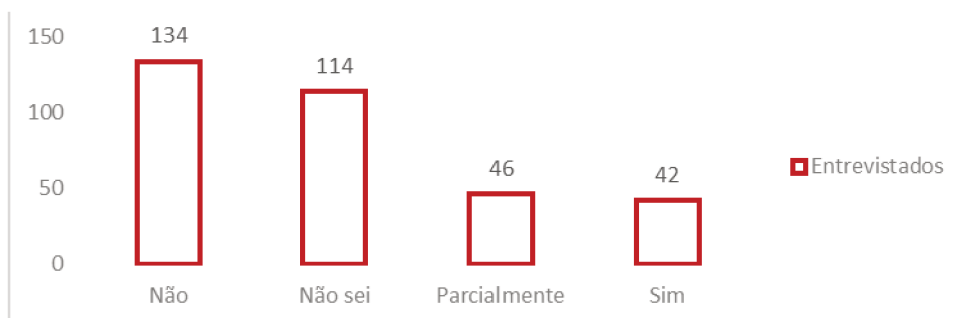


Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Perguntou-se à população se os recursos financeiros, gerados pela atividade turística, são revertidos para melhoria do município, mas 43% acredita que não há o investimento revertido, como pode-se ver no Gráfico 20.

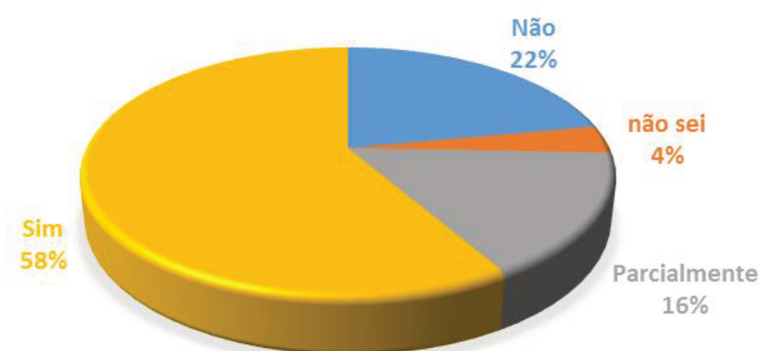
Inclusive a população comentou, nas pesquisas respondidas, as seguintes informações: *“Investimento pela iniciativa privada”*; *“como a cidade é estância turística, se ela não se prepara para nada?”*, e *“precisa melhorar a cidade para receber turistas”*.



**Gráfico 20** – Geração de renda e reversão para o turismo do município

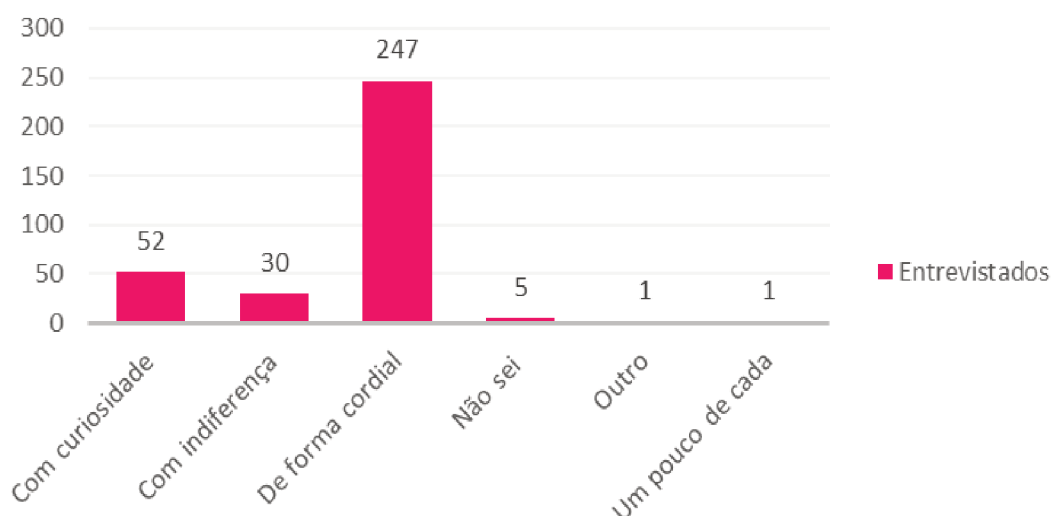
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Para que haja o desenvolvimento do turismo no município, a população também precisa querer e sentir-se à vontade para receber os turistas. Dessa forma, perguntou-se à amostra se ela se sente valorizada com a visita de turistas no município. E 58% informou sim, segundo o Gráfico 21.

**Gráfico 21** – Valorização da população pela visita dos turistas

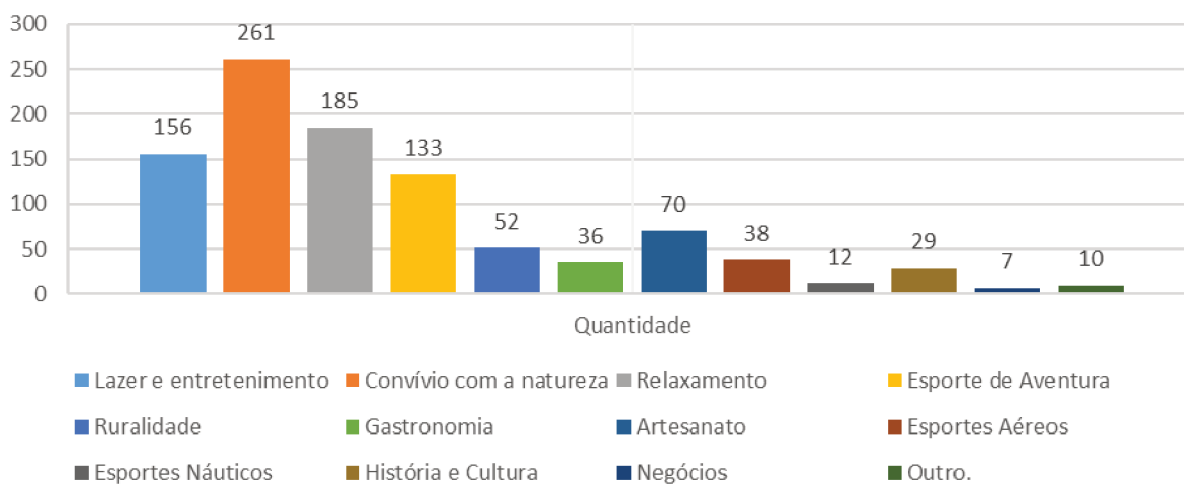
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

E de forma geral, os turistas são cordiais e curiosos na expectativa de explorar o município, pode-se observar isso nos resultados do Gráfico 22.

**Gráfico 22 – Relacionamento turista e comunidade local**

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

E a população, que foi pesquisada, também acredita que os turistas visitam o município para conviver com a natureza, pelo relaxamento, lazer, entretenimento, esporte de aventura e artesanato. Segue o Gráfico 23, com todas as informações.

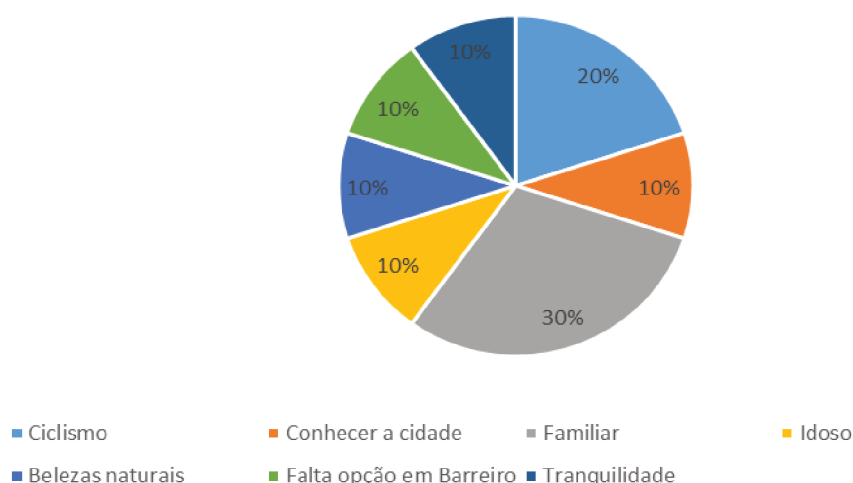
**Gráfico 23 – Motivos pela visita dos turistas ao município**

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Conforme o item “outro”, elencado no Gráfico 24, também se encontra, como motivo da visita ao município, os relacionamentos familiares, pois, pela observação realizada localmente, há vários moradores que buscaram oportunidades de emprego em outros municípios e retornam, em períodos de férias e finais de semana, para

visitarem a família. Nota-se, também, o interesse pelo município quando ocorre os campeonatos de mountain bike, como o Bocaina Bike e Desafio da Serra da Bocaina, que aconteceram em 2016.

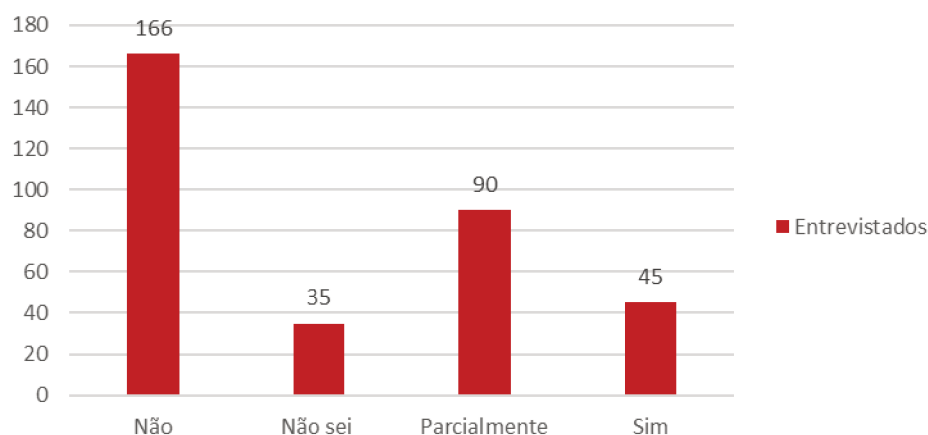
**Gráfico 24** – Outros motivos para visita ao município



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Observa-se, pelas respostas dos entrevistados, que São José do Barreiro possui potencial natural e diversas outras atratividades, mas para que o visitante sinta-se bem, necessita de informações e estrutura turística. Os entrevistados ao serem questionados se o município está preparado para receber turistas, 49% informaram que não está preparado. Segue o Gráfico 25.

**Gráfico 25** – Preparação do município para o recebimento de turistas



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Do mesmo modo, os entrevistados foram questionados se os moradores estão preparados para lidar com os turistas que visitam o município. E a resposta, com maior índice de incidência de 56%, foi que não. Observa-se no Gráfico 26.

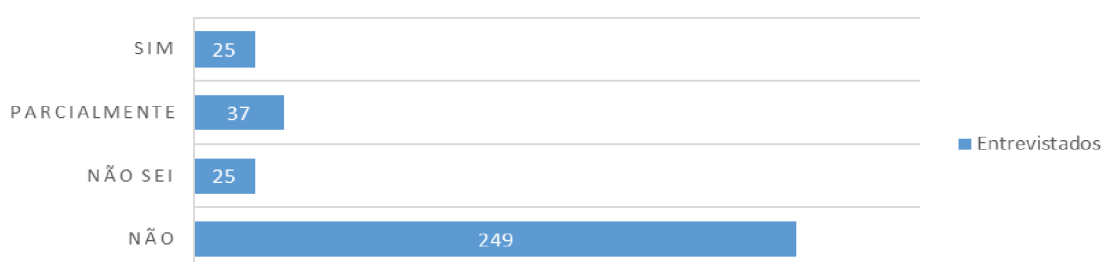
**Gráfico 26** – Preparação dos moradores para o recebimento de turistas



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

A partir dessas análises, averigua-se que o município e os moradores não estão preparados para receber os turistas. Por isso, os entrevistados foram questionados se a população recebe orientações, pela prefeitura, de como lidar com os turistas. A resposta encontrada, com 74%, indica que não. Nos comentários das pesquisas aplicadas, a população deixa sugestões acerca desse tema: *“Falta orientação oficial, investimento, treinamento e vontade para realmente desenvolver o turismo”*; *“o turismo em São Jose do Barreiro é muito importante, mas acho que deveria de algum tipo de curso ou informação sobre a cidade que a população saiba”*. Segue Gráfico 27, com as demais informações.

**Gráfico 27** – Orientação a população sobre o turismo local



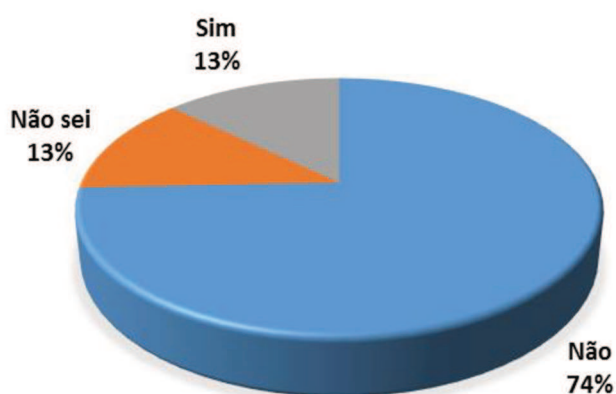
**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Notou-se que não há orientações aos moradores sobre a atividade turística e cursos de qualificação, tanto disponibilizados pela prefeitura, quanto por instituições privadas. Seguem demonstrações nos Gráficos 28 e 29. Os entrevistados deixaram, nos comentários das pesquisas, várias opiniões sobre a falta de qualificação na área. Com isso, é possível avaliar a efetividade dos resultados encontrados sobre as questões de qualificações, inclusive pela ausência dessa informação na fala do prefeito entrevistado, como também, da informação no canal oficial (portal institucional do município) da prefeitura, no período da pesquisa.

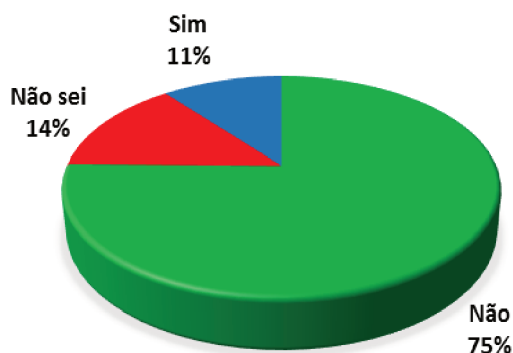
Seguem alguns posicionamentos dos moradores. Eles apontaram a necessidade dos treinamentos por instituições públicas ou privadas, pois *“falta orientação oficial, investimento, treinamento e vontade para realmente desenvolver o turismo”*. Solicitam que: *“exista cursos voltados para o turismo, como uma melhoria para a nossa cidade”*; *“ofertar cursos de qualificação voltados ao turismo”*; *“deveria ter cursos aos moradores para aprenderem a conviver com os turistas”*.

Algumas sugestões, para o problema, são disponibilizadas como: *“a prefeitura deveria fazer intercâmbio com outros municípios mais desenvolvidos nessa área, para que se aperfeiçoa e trazer novidades para a cidade”* e *“acho que o município precisa se preparar para oferecer um melhor serviço aos turistas com hotel, restaurantes e guias qualificados”*.

**Gráfico 28** – Cursos de qualificação ofertados pela prefeitura



**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

**Gráfico 29** - Cursos de qualificação ofertados por instituições privadas

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2016.

Observando os gráficos gerados pelas respostas da amostra populacional, o município possui atrativos naturais e artificiais, e o turismo gera oportunidades empreendedoras, porém não há investimentos efetivos, por parte da prefeitura e do *trade*, que possam ser notados diretamente pela população local.

Segundo a pesquisa aplicada na amostra, foram selecionados 30 atrativos naturais e artificiais, e questionado quais deles são utilizados para lazer da população, sendo permitido escolher mais de uma alternativa.

Na Tabela 7, consta o *ranking* com os atrativos identificados, e a porcentagem equivalente à amostra pesquisada. O primeiro da lista é o Balneário Água Santa, até mesmo acesso, pois está próximo do Centro do município. Segundo a observação local, o atrativo possui calçamento e estrada com piso intertravado. Festas populares também foram sinalizadas com intensidade, como o carnaval e a festa de São José.

Reforço que os dados obtidos, e que estão sendo apresentados nesse estudo, são por meio da pesquisa quantitativa, e realizada com base na amostra de 336 cidadãos barreirenses.

**Tabela 7** – Ranking dos atrativos utilizados pela amostra barreirense

<b>Atrativo</b>	<b>Respostas</b>	
	<b>Quantidade</b>	<b>% comparada a amostra aplicada</b>
<b>Balneário Água Santa</b>	274	82%
<b>Carnaval</b>	265	79%
<b>Festa de São José</b>	264	79%
<b>Cachoeirão</b>	244	73%
<b>Parque N. Serra da Bocaína</b>	234	70%
<b>Igreja de São José</b>	218	65%
<b>Cachoeira Santo Izidro</b>	192	57%
<b>Feirinha em Formoso</b>	190	57%
<b>Trilha do Ouro</b>	159	47%
<b>Cachoeira da Usina</b>	156	46%
<b>Represa do Funil</b>	146	43%
<b>Rampa de Voo Livre</b>	134	40%
<b>Cachoeira da Mata</b>	128	38%
<b>Fazenda Pau d'alho</b>	115	34%
<b>Camping</b>	94	28%
<b>Cemitério dos Escravos</b>	88	26%
<b>Fazenda São Francisco</b>	84	25%
<b>Cachoeira da Esmeralda</b>	79	24%
<b>Casa de Pedras Ruínas</b>	78	23%
<b>Pedra Redonda</b>	78	23%
<b>Cachoeira do Paredão</b>	76	23%
<b>Cachoeira das Posses</b>	55	16%
<b>Pico da Bacia</b>	55	16%
<b>Lagoa da Siriema</b>	52	15%
<b>Trilha da Bocaininha</b>	53	16%
<b>Pedra da Graúna</b>	47	14%
<b>Refugio Vale dos Veados</b>	45	13%
<b>Fazenda Lagoa da Saudade</b>	32	10%
<b>Rota Franciscana</b>	28	8%
<b>Fazenda Santa Tereza Rural</b>	24	7%

**Fonte:** Elaborado pela autora.

Para a finalização, da pesquisa quantitativa, foi deixado um espaço de comentários, onde o entrevistado poderia comentar alguma mensagem pertinente ao tema, e que achasse interessante ao município.

Até, porque, o estudo aborda a equidade no turismo sustentável, para promover o desenvolvimento econômico e social, mas pela observação da aplicação nas pesquisas, nota-se que a população é raramente ouvida, e que participa pouco nas

tomadas de decisões sobre o turismo local. As decisões são tomadas por grupos específicos de poder, e pelo empresariado mais ativo municipalmente.

Analisando superficialmente as respostas, os itens que mais apareceram foram a falta de estrutura turística; falta de divulgação; falta de cursos de qualificação; falta de guias no município; e falta de planejamento. Muitos dos entrevistados utilizaram o espaço como “desabafo”, colocando as considerações cabíveis.

Desse modo, segue a seguir, algumas colocações, dos entrevistados, sobre os pontos que o município deve melhorar.

*“Sugestão para o turismo: Preparar inicialmente a população, sendo uma sugestão até de iniciar nas escolas, para que a população entenda que o turismo é uma das maiores fontes de renda e emprego para o município, pois hoje, infelizmente a população em sua maioria não trata os turistas como devem ser tratados, e também não tem o conhecimento de informá-lo o quanto nosso município tem a oferecer”.* Essa colocação mostra a preocupação da população sobre o tema, trabalhando a temática turismo desde a infância para conscientização. Afirmam ainda: *“Que a escola tenha em sua grade curricular história de São José do Barreiro”.*

*Pode-se estender também, no dia a dia de trabalho e em áreas diversas do turismo: “Os comerciantes juntamente com seus funcionários deveriam investir em cursos profissionalizantes voltado ao turismo”; “É preciso conhecimento sobre turismo rural, e que esse conhecimento seja amplamente difundido entre os vários setores públicos e privados; bem como a união em prol de uma atividade lucrativa e produtiva da comunidade local”.*

*“Melhoria no atendimento, no comércio local”.* A população deve ser conscientizada pelos benefícios trazido pelo turismo como um todo ao município, pois caso contrário, há sinalizações como: *“O turismo na cidade só gerará renda para os donos de comércios e pousadas. A população não ganha nada com o turismo”.*

E deverá ser demonstrado os resultados de maneira real a população em geral evitando: *“Apesar de SJB ser atrativo para os turistas, para os moradores não é mil maravilhas, trabalhos desvalorizados, entre outros”, até porque eles cobram um posicionamento participativo e integrado entre população e gestão pública: “O povo da cidade deveria participar mais dos movimentos turísticos”; “Tem que valorizar o turismo e valer fazer uma melhoria”.*



Entendendo o processo e sentindo-se parte dele, o respeito pela atividade é intensificado, e conseqüentemente reflete aos olhos do turista, que sentirá acolhido pelo município, *“Prefeitura deveria valorizar mais o turismo da cidade”*; *“Para que nossos governantes invistam no turismo, pois nossa cidade depende disso”*. *“Com a nova administração, tem tudo para melhorar”*.

As colocações a seguir relacionam com a questão de valorização e infraestrutura necessária para a atividade turística local: *“Falta infraestrutura para melhor receber os turistas e divulgação dos eventos”*; *“Falta no município um centro de apoio ao turista, que ofereça informação aos turistas, informando acerca dos atrativos do município”*; *“Barreiro devia ter guias turísticos”*; *“O turismo deveria ser mais valorizado e deveria ter um guia na cidade”*; *“Preservar sua vocação para o sossego, melhorar a segurança, câmeras e guarda municipal e limpeza”*; *“Admiro muito o turismo e acho pena não valorizarem e nem investirem nessa área em SJB”*.

Há um reforço da população para a questão de infraestrutura na área do turismo: *“É necessário investir mais em infraestrutura para recebermos bem os turistas, gerar empregos para a população. Acho interessante ter guias turísticos na cidade para explicar e contar a história do município. Visita a casarões dentro da cidade”*; *“A cidade deveria investir no turismo para favorecer a cidade e população”*; *“Nossa cidade ainda tem muita a melhorar, se profissionalizar para receber turista. A questão do som alto em nossa praça principal e um ponto muito negativo em relação a atividade turística. Há muita reclamação”*; *“Sou de uma geração que tinha um parquinho e um clube para adultos, e como era bom, lazer aos turistas e munícipes”*.

Citam também, a falta de divulgação do município a fim de atrair turistas: *“Sugiro que a cidade seja mais divulgada, para que as pessoas conheçam nossas maravilhas”*; *“Falta investimentos na área, turismo e um bom marketing, potencial o município tem”*; *“Vários lugares lindos que vários ainda não conhecem. Colocar mais pessoas para trabalhar na área do turismo”*.

A população também nota e sinaliza os patrimônios públicos sem acesso livre da população, fato também observado na pesquisa em campo: *“Patrimônio histórico deve ser público, aberto ao público diariamente”*; *“Fazenda Pau d'alho linda, mas está fechada.”*

E para finalizar, questões envolvidas a acessibilidade também foram demonstradas pelos entrevistados: “Estrada onde deve haver estrada. Meio termo entre acessibilidade e preservação”; “Melhoria nos pontos turísticos – acesso”.

### **3.4.1. Análise pela Matriz SWOT**

Conforme indicado no referencial teórico, a Matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*), também conhecida como Matriz FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), é uma ferramenta mercadológica de gestão e planejamento utilizada em diversas áreas de interesse. Trata-se de uma ferramenta que, originalmente, permite elucidar e organizar aspectos relacionados a um negócio, mas que pode ser útil para analisar um território, como é o caso do Município de São José do Barreiro.

O uso desta ferramenta não implica necessariamente em uma concepção mercadológica da gestão pública, mas em um cenário de análise. A apropriação da ferramenta não descarta a ciência da função do poder público que, em última instância, é a promoção do bem-estar social. Também não desconsidera a especificidade do que é público, que é de todos, sem um dono em particular. Utiliza-se a ferramenta como um instrumento de análise, para fins de compreensão das particularidades de um território.

A observação da amostra dos atrativos, durante dois anos e meio de estudo, foi realizada pelo prisma de um turista local, observando aspectos sociais e culturais, mas com foco no crescimento econômico. Buscou-se entender a cadeia do turismo local e as oportunidades oferecidas ao público externo.

Após essa observação, a proposta teve, como objetivo, triangular a visão: do turista, ou seja, de que forma ele interage com os aspectos da atratividade; do planejamento e conquistas do poder público ao município; e do fechamento, isto é, de que forma a população interage com o planejamento da cadeia turística local, para promover o desenvolvimento regional.

Dessa forma, os itens de maior relevância, para o desenvolvimento local e para a cadeia do turismo, foram disponibilizados na Matriz SWOT, como instrumento de análise, conjuntamente, com as pesquisas encontradas nesse estudo.

Aplicou-se uma escala (*score*) de 1 a 3. O nível refere-se ao impacto do desenvolvimento no negócio turístico, sendo o nível 1, com pouco impacto; o nível 2, com médio impacto; e o nível 3, com alto impacto.

Para o quesito: pontos fortes, foram selecionados estes pontos de análise: os atrativos turísticos presentes no município (*score*: 3); o povo e a cultura local (*score*: 1); as manifestações populares (*score*: 3); e o interesse turístico pelo município (*score*: 2).

Para os pontos fracos, foram selecionados estes itens: a falta de infraestrutura turística, um dos itens mais citados, pelos entrevistados, na pesquisa quantitativa (*score*: 3); a falta de divulgação e disseminação do turismo como negócio para outras regiões (*score*: 3); falta de uma política de gestão que proporcione o desenvolvimento regional (*score*: 3); e a falta de PIT – postos de informações turísticas, e guias de turismo capacitados que estejam à disposição dos turistas (*score*: 3).

Como oportunidade verifica-se: o Parque Nacional da Bocaina, presente no município, e que atrai turistas de diversos locais do mundo, segundo o prefeito entrevistado (*score*: 3); a verba disponibilizada pelo Dadetur - Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias, para investimento no turismo local (*score*: 3); a localização do município no eixo Rio - São Paulo, com fácil acesso à Rodovia Presidente Dutra, e a oportunidade de lazer e relaxamento (*score*: 2); e o ambiente tranquilo, remetendo ao Turismo *Slow* (*score*: 2).

E, por fim, nos quesitos de: ameaças ao turismo rural, que compreende a sazonalidade turística (*score*: 3); descontinuidade política (*score*: 3); falta de estruturas locais de locomoção/transporte até os atrativos (*score*: 2); descontinuidade política, dificultando ações mais efetivas em longos prazos (*score*: 3).

Analisando todos esses pontos da matriz SWOT, e cruzando seus dados, pode-se observar o Quadro 4:

Quadro 8 – Matriz SWOT

		AMEAÇAS		
FORTES	Atrativos turísticos/ Parque N. Bocaina	Atrativos turísticos/ Verba do Dadetur	Atrativos turísticos/ Sazonalidade turística	Atrativos turísticos/ Degradação do atrativo
	Manifestações populares/ Parque N. Bocaina	Manifestações populares/ Verba do Dadetur	Manifestações populares/ Sazonalidade turística	Manifestações populares/ Degradação dos atrativos
	<b>VULNERABILIDADE</b>			
	Falta de infraestrutura/ Parque N. Bocaina	Falta de infraestrutura/ Verba do Dadetur	Falta de infraestrutura/ Sazonalidade turística	Falta de infraestrutura/ Degradação dos atrativos
FRACOS	Falta de divulgação/ Parque N. Bocaina	Falta de divulgação/ Verba do Dadetur	Falta de divulgação/ Sazonalidade turística	Falta de divulgação/ Degradação dos atrativos
	Falta de políticas de regionalização/ Parque N. Bocaina	Falta de políticas de regionalização/ Verba do Dade	Falta de políticas de regionalização/ Sazonalidade turística	Falta de políticas de regionalização/ Degradação dos atrativos
	<b>PROBLEMAS</b>			
	PIT e Guias locais/ Parque N. Bocaina	PIT e Guias locais/ Verba do Dadetur	PIT e Guias locais/ Sazonalidade turística	PIT e Guias locais/ Degradação dos atrativos

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

O cruzamento das oportunidades, com os pontos fortes presentes na análise, mostra um cenário de alavancagem para o município, e pode ser utilizado como insumo para a estratégia dos atrativos turísticos disponíveis, inclusive o Parque Nacional da Serra da Bocaina, que atrai turistas de diversos locais, as manifestações populares e a verba disponibilizada pelo Dadetur.

Segundo o Ministério do Turismo (2015), a verba do Fundo de Melhoria das Estância vinculada ao Dadetur:

É um recurso que está disponível para cada estância no orçamento do Estado todos os anos. E, para recebê-lo, a Prefeitura deve determinar quais serão os objetos dos convênios a serem celebrados, ou seja, aonde a verba será aplicada (SÃO PAULO, 2015).

Nesse sentido, o gestor pode planejar ações que estimulem a visita dos atrativos, além de investir na infraestrutura deles, uma vez que pode ser observado localmente, pela amostra estudada, que estão necessitando de cuidados e manutenção.

Nos casos das cachoeiras, necessitam ajustar as estradas de acesso e manter as trilhas limpas. Nos demais pontos, como o Cemitério e Fazenda Pau D'alho, que são bens tombados, é preciso contatar o IPHAN, para planejar um projeto de inclusão desses locais na vida social e cultural da população, pois permanece fechado

Um item, que pode trazer limitações ao município, é: a falta de infraestrutura turística local. Que prejudica a cadeia do turismo e, conseqüentemente, prejudica a viagem dos turistas ao Parque Nacional da Serra da Bocaina (atrativo relevante do município em relação à extensão territorial, e reunião de atrativos que disponibiliza acesso). Não obstante, há verba destinada para esse tipo de investimento disponibilizada pelo Dadetur.

Outro item impactante é a falta de políticas locais efetivas para a regionalização do turismo, visando o desenvolvimento da microrregião de Bananal. Nesse caso, os municípios envoltórios acabam realizando ações turísticas isoladamente. Uma política de regionalização do turismo poderia proporcionar um processo de desenvolvimento local e econômico. E, no prisma das dimensões do desenvolvimento, também proporciona desenvolvimento social, cultural e político.

Além desses itens, outro fator limitante é a falta de postos de informações turísticas – PIT's. Não há profissionais qualificados em turismo para informar os visitantes. Prejudicando, assim, o crescimento econômico da cadeia turística.

Os atrativos turísticos e as manifestações populares são vulneráveis pela sazonalidade turística e degradação dos atrativos. Projetos municipais, envolvendo a comunidade na conscientização e conserva/manutenção dos atrativos, poderão apaziguar essa vulnerabilidade, que também é um fator limitante.

Além desses itens, a descontinuidade política e desunião política entre partidos e *trades* é um grande fator vulnerável e negativo ao município. Pela observação no município e pela pesquisa com a população, pode-se analisar grupos políticos que competem entre si, mesmo que informalmente, isso contribui para o não desenvolvimento regional. Os interesses pessoais estão fortemente ligados àqueles envolvidos na atividade turística, seja para promover seu negócio, seja para obter poder socialmente.

Os problemas demonstrados pela matriz em São José do Barreiro, abordam os itens visualizados na alavancagem, como os de limitações e vulnerabilidade. Mas caso não sejam planejados e aplicados por ações municipais de forma adequada, transformam-se em problemas locais.

Dos itens, observa-se: a falta de divulgação do município, não existindo o marketing turístico e de lugares, apenas ações em redes sociais como o *Facebook*, segundo informação do gestor público em entrevista; a sazonalidade turística e ambiental ao turismo; a degradação dos atrativos sem manutenção por parte da prefeitura; e descontinuidade de gestões políticas.

Também é considerado um problema a ser ajustado: a falta de PIT's – Postos de Informações Turísticas, e guias de turismo no município, atuando de forma pública. Até mesmo pela falta de cursos de qualificação capazes de proporcionar informações e formação aos munícipes. Há guias qualificados no município, mas atuando em negócios próprios locais.

E a falta de políticas de regionalização efetiva também é sinalizada como fator problema, visto que na perspectiva de desenvolvimento regional, o correto seria a equidade de poderes locais para a realização de ações contributivas ao processo turístico. Seria um cenário onde todos “ganham” com a atividade turística, seja em forma de emprego e renda, seja em ações sociais, políticas e culturais.

Atualmente com um olhar de turista e, ao mesmo tempo, de pesquisadora, aqueles que se beneficiam da atividade turística são, em maioria, os empresários com maior poder aquisitivo. Turismo com base comunitária e cooperativas locais, seria uma das alternativas para que mais pessoas pudessem se beneficiar com os ganhos do turismo rural e local.

Observando todos os itens analisados, nota-se que São José do Barreiro possui potencial turístico para: turismo ecológico, rural, cultural. Do contrário, não faria parte do grupo de municípios - Estâncias Turísticas. Porém, não possui planejamento turístico adequado que fortaleça a atividade turística de forma igualitária e regional. Ainda há divisões partidárias, descontinuidade política e pequenos grupos locais que se beneficiam da atividade, num pensamento feudalista e fechado.

Também é necessário criar estratégias de marketing de lugares e turístico, para atrair turistas e criar uma marca forte dos atrativos de São José do Barreiro.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de verificar como a gestão pública municipal de São José do Barreiro organiza sua atividade turística, por meio de uma análise dos atrativos turísticos, pode-se observar que o município possui atrativos importantes e que contribuem economicamente para geração de renda local, mas falta, para a atividade turística, estruturação municipal e políticas públicas locais efetivas. Essas informações foram confirmadas por meio de dados obtidos das entrevistas qualitativa, quantitativa e observação no município.

A realização de um Plano Diretor municipal, conjuntamente ao poder público e cidadãos, selecionando pontos assertivos para os investimentos no âmbito turístico, e discutindo melhorias seria interessante para projeções a curto, médio e longo prazo

A falta de um Conselho Municipal de Turismo local, e a inexistência de uma secretaria de turismo, isto é, a inexistência de um secretário que se dedique à atividade no município, dificultou as articulações em prol do turismo durante um bom tempo. O que é agravante, considerando que o município é uma Estância Turística.

Inclusive questiona-se a utilização de forma efetiva da verba disponibilizada pelo Dadetur, que pode ser investida no turismo local.

Com a mudança dos gestores públicos, em função da eleição municipal ocorrida em 2016, e com a entrada de uma nova equipe administrativa, poderá haver a possibilidade de mudanças, pois haverá um secretário oficial do turismo, dedicado ao turismo. Mas como foi encontrado na Matriz SWOT, um dos problemas é a descontinuidade política, sendo preciso: analisar o que estava sendo positivo na gestão anterior para dar continuidade na nova administração; conhecer os pontos de limitações e melhorias do município; e aplicar práticas diferenciadas, incluindo as considerações da população.

Conclui-se também, que a capacitação dos *trades* turísticos é necessária, inclusive pensando na questão marketing de lugares e marketing turísticos, havendo uma triangulação entre poder público, *trades* e população. Segundo a gestão (2012 – 2016), o município possui um plano de marketing, mas observa-se fraco, inclusive internamente ao município, pois não há percepção da população da divulgação nessas ações de divulgação.



Dois momentos podem ser abordados, relativo ao marketing turístico e de lugares: primeiro, realizar uma ação de marketing endógena com a população, pois quando as pessoas se tornam parte integrante do processo, contribuem para o sucesso dele. E essas ações podem ser realizadas para potencializar eventos locais e atividades culturais à comunidade como, por exemplo: ações na Câmara Municipal; ações nas escolas junto aos alunos – Projeto de Turismo na Escola; cursos de capacitação na área de turismo ecológico, turismo rural, turismo de aventura, workshops sobre a área, e até mesmo curso técnico em guia de turismo, podendo ser adquirido pela prefeitura junto às escolas técnicas, e disponibilizado à população como forma de ação governamental.

A segunda ação é propriamente um plano de mídia externo, prevendo ações com a imprensa regional e de outros estados; vinhetas em programas das emissoras da região, para mostrar as belezas naturais do município; recepção de eventos externos (inclusive de turismo de aventura e agropecuária, que são duas potencialidades do município); promoção pelas redes sociais (*Facebook, Twiter, Youtube*, entre outros); ações em parceria com órgãos destinados ao turismo como: *Convention & Visitors Bureau*, *Conturs* da região (visto que o município não possui esse órgão); associações de bairros, *Caminho da Corte e do Ouro*, etc.

É importante que toda a divulgação (interna e externa) seja realizada conjuntamente com ações de reestruturação dos atrativos locais, inclusive na preparação do *trade*, pois, o marketing gera movimentação de pessoas, e o município deve estar preparado para recebê-los.

Hotéis, pousadas, restaurantes, cafeterias, sorveterias, padarias, agências de viagens, bancos, postos de combustíveis, enfim, todo o *trade* precisa conscientizar-se que o turismo impacta socialmente e economicamente, implementando, em seu negócio, as boas práticas de atendimento ao cliente, e recepção, limpeza (inclusive na rede hoteleira e restaurantes), enfim, estruturando o seu negócio, podendo haver uma parceria do *Sebrae* para essas ações.

Municipalmente a prefeitura poderá estruturar acessos aos atrativos, disponibilizar transportes (como observado, na amostra, que não há transportes públicos aos atrativos), disponibilizar banheiros públicos e equipe de limpeza. E o mais importante, guias de turismo e postos de informações turísticas.

Diante de todas essas vertentes analisadas, conclui-se que a Estância Turística de São José do Barreiro possui potencial para geração de emprego e renda na área do turismo. Existe a consciência dos munícipes para esse contexto, mas para que isso aconteça, é necessário existir planejamento, empenho político dos *trades* e da população, e acreditar que o turismo traz oportunidades empreendedoras.

## REFERÊNCIAS

- ANDER-EGG, Ezequiel. **Introducción a las técnicas de investigación social:** para trabajadores sociales. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978. 335 p.
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia científica:** Filosofia prática da pesquisa. São Paulo: Thomson Learning, 2006, 209 p.
- ATELJEVIC, Jovo; PAGE, Stephen J.; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo e Empreendedorismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. 232 p.
- BADARÓ, Rui A. de Lacerda. **Direito do Turismo:** História e Legislação no Brasil e no Exterior. São Paulo: Editora Senac, 2003. 231 p.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Portugal: Edições 70, 1977. 226 p.
- BARREIRO, Prefeitura Municipal de São José do. **Cidade.** Disponível em: <<http://www.saojosedobarreiro.sp.gov.br/cidade.php>>. Acesso em: 01 jun. 2016.
- BAUER, Rafael Chequer; NETTO, Alexandre Panosso. PRINCÍPIOS DO SLOW TRAVEL APLICADOS AO LAZER TURÍSTICO CONTEMPORÂNEO. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p.23-38, ago. 2014. Trimestral. Disponível em: <<https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/774>>. Acesso em: 30 mar. 2017.
- BENI, Mário C. **Análise Estrutural do Turismo.** 1 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo. 1998. 427 p.
- \_\_\_\_\_. **Análise Estrutural do Turismo.** 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 2000. 517 p
- BESSA, Altamiro Sérgio Mol; ÁLVARES, Lúcia Capanema; **A construção do Turismo:** megaeventos e outras estratégias de venda das cidades. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2014, 140 p.
- BRASIL. FIRJAN. **IFDM - Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal.** 2013. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/ifdm/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.
- BRASIL. GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte.** São Paulo: Emplasa, 2014. 132 p. Disponível em: <[http://www.emplasa.sp.gov.br/emplasa/conselhos/ValeParaiba/textos/livro\\_vale.pdf](http://www.emplasa.sp.gov.br/emplasa/conselhos/ValeParaiba/textos/livro_vale.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2016.
- BRASIL. Portal. **Quatro lugares brasileiros estão entre os mais importantes do mundo.** 2013. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/meio-ambiente/2013/11/quatro-lugares-brasileiros-estao-entre-os-mais-importantes-do-mundo>>. Acesso em: 02 ago. 2016.

BRASIL. SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. **Portal de Estatística do Estado de São Paulo**. 2015. Disponível em: <<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/perfil>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

BRASÍLIA. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mais turismo, mais desenvolvimento**: indicadores. Brasília, 2013. 28 p. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/Noticias\\_download/Cartilha\\_Mais\\_Turismo\\_mais\\_desenvolvimento\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Cartilha_Mais_Turismo_mais_desenvolvimento_2013.pdf)>. Acesso em: 01 out. 2015.

BRASÍLIA. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo**: Diretrizes. Brasília, 2013. 47 p. 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: 08 out. 2015.

BRITO, Luiz Antonio P. F. de; BARBOSA, Ana Carina dos Santos. **Incremento do nível de ruído no meio urbano devido às atividades turísticas**: Estudo de caso na cidade de Campos do Jordão. Tecno-lógica, Santa Cruz do Sul, v. 18, n. 2, p.84-89, nov. 2014. Semestral. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/tecnologica/article/view/4714>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

CARNIELLO, Monica Frenchi et al. Turismo e Desenvolvimento na microrregião de Bananal - SP. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 7., 2015, Santa Cruz do Sul. **Turismo e Desenvolvimento na microrregião de Bananal - SP**. Santa Cruz do Sul: Unisc, 2015. v. 1, p. 1 - 16. Disponível em: <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/viewFile/13386/2551>>. Acesso em: 27 jan. 2017.

CAMPOS, L. C. A. M.; GONÇALVES, N. H. B. **Introdução a Turismo e Hotelaria**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2005. 111 p.

CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (Org.). **Antropologia e Nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. 306 p.

CHIAS, Josep. **Turismo o negócio da felicidade**: Desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Senac São Paulo, 2007, 230 p.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora Unesp: Estação Liberdade, 2001. 304 p.

CIDADES PAULISTAS. **Circuito Vale Histórico**. Disponível em: <<http://www.cidadespaulistas.com.br/prt/cnt/tur-rot-vale.html>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

DEBOÇÃ, Leonardo Pinheiro et al. **Uma análise da produção científica nos periódicos de turismo sobre o tema comportamento do consumidor em turismo**. Revista Turismo Visão e Ação, Minas Gerais, v. 14, n. 1, p.47-66, jan.

2012. Quadrimestral. Disponível em: <[www.univali.br/revistaturismo](http://www.univali.br/revistaturismo)>. Acesso em: 22 abr. 2016.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. 408 p.

DYE, Thomas D. **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall. 1984.

EISENHARDT, K.M. **Building Theories from case study research**. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550, 1989.

EMPLASA. **Livro da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte**. 2012. Disponível em: [http://www.emplasa.sp.gov.br/Cms\\_Data/Sites/Emplasa/Files/Conselhos/Vale/conselhos.asp](http://www.emplasa.sp.gov.br/Cms_Data/Sites/Emplasa/Files/Conselhos/Vale/conselhos.asp). [iomg.org.br/produtos-e-servicos/turismo/cadeia-productiva-do-turismo/](http://iomg.org.br/produtos-e-servicos/turismo/cadeia-productiva-do-turismo/)>. Acesso em: 29 jul. 2016.

FECOMERCIO MG, Federação do Comércio - **Cadeia Produtiva do Turismo**. Disponível em: <<http://www.fecomerciomg.org.br/produtos-e-servicos/turismo/cadeia-productiva-do-turismo/>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

FONTELES, José Osmar. **Turismo e impactos socioambientais**. São Paulo: Editora Aleph, 2004. 218 p.

FRSTUCCI, Aguinaldo Cesar. Os lugares turísticos: Território do fenômeno turístico. **Geographia**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p.121-133, jul. 2000. Semestral. Disponível em: <<http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/viewFile/45/43>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINE, Sandra Cássia Araújo. **Patrimônio Histórico e Cultural: Ciências Sociais - Passo a passo 66**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. 72 p. Funari e Pelegrine (2009)

GODOY, A. S. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995.

GOETHE, J. W. **Viagem à Itália**. São Paulo: Cia. Das Letras 1999. 436 p.

GRAMMON, Anna Maria de. Construção do Conceito de Patrimônio Histórico: Restauração e Cartas Patrimoniais. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Espanha, v. 4, n. 3, p.437-442, dez. 2016. Semestral. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org/Publicados/4306/PS110306.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

GUTLICH, George Rembrandt. **A expressão cultural como alternativa econômica para o município de São José do Barreiro: um estudo de possibilidades**. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v. 12, n. 1, p.393-409, jan. 2016. Trimestral. Disponível em:

<<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2136>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

HANAI, Frederico Yuri. **Sistema de Indicadores de Sustentabilidade**:: Uma aplicação ao contexto do desenvolvimento do turista na região de Bueno Brandão, estado de Minas Gerais, Brasil. 2009. 412 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Engenharia Ambiental, Engenharia, Universidade de São Carlos, Minas Gerais, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18139/tde-17092009-082223/>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

HENZ, Aline Patrícia; LEITE, Fabiana Calçada de Lamare; ANJOS, Francisco Antonio dos. **Refletindo as Políticas Públicas para Turismo: uma retrospectiva brasileira desde a década de 60**. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul , 6., 2010, Caxias do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: UCS, 2010. v. 1, p. 1 - 17. Disponível em: <[http://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario\\_de\\_pesquisa\\_semintur/anais/gt04/arquivos/04/Refletindo as Políticas Públicas para Turismo uma retrospectiva.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario_de_pesquisa_semintur/anais/gt04/arquivos/04/Refletindo as Políticas Públicas para Turismo uma retrospectiva.pdf)>. Acesso em: 27 jul. 2016.

HONORÉ, Carl. **Devagar**: como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade. Rio de Janeiro: Record, 2006. 352 p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Ed.). **São José do Barreiro**. 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=354960&idtema=16&search=sao-paulo|sao-jose-do-barreiro|sintese-das-informacoes>>. Acesso em: 22 abr. 2016.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Relatório fatos recentes do desenvolvimento regional no Brasil**. Brasília: Ipea, mar. 2015. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/123/125>>. Acessado em 15 out. 2015.

IPHAN - INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/71>>. Acesso em: 18 out. 2016.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: Análise, planejamento, implementação e controle. 4 Ed. São Paulo: Atlas, 1994. 676 p.

\_\_\_\_\_, Philip et al. **Marketing de Lugares**: Como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 340 p.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do turismo**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 226 p.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing**. Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. São Paulo: Editora Atlas, 2006. 536 p.

LASSWELL, Harold. D. **Politics: Who Gets What, When, How**. Cleveland, Meridian Books. 1936. 461p.

LEVIN, Jack. **Estatística Aplicada a Ciências Humanas**. 2a. Ed. São Paulo: Editora Harbra Ltda, 1987. 310 p.

LOBATO, Monteiro. **Cidades Mortas**. Revista do Brasil, 1919. 231 p.

LYNN Lynn, L. E. **Designing Public Policy: A Casebook on the Role of Policy Analysis**. Santa Monica, Calif.: Goodyear. 1980

MAMBERTI, Marina Morena Sperandeo. **Planejamento regional do turismo no Vale do Paraíba**: estudo de caso na micro-região de Bananal - SP. 2006. 78 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, 2006. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/95582>>. Acesso em: 13 out. 2016.

MAPS, Google. **Mapa de regional - São José do Barreiro**. 2017. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/@-22.6401855,-44.6173423,12z>>. Acesso em: 03 abr. 2017.

MEAD, L. M. **Public Policy: Vision, Potential, Limits**, Policy Currents, Fevereiro: 1-4. 1995.

Ministério do Turismo (Org.). **Plano Nacional de Turismo**: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil. 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. **São Paulo tem novo mapa turístico**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6476-s%C3%A3o-paulo-tem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico**: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001, 219 p.

NAIGEBORIN, Mariana Barrichello. **O Movimento devagar e seu significado plural na contemporaneidade mutante**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa** – características, uso e possibilidades. Cadernos de pesquisa em administração, São Paulo. V. 1, nº 3, 2º sem. 1996.

NEVES, Márcia. **Marketing Social no Brasil**: a nova abordagem na era da gestão empresarial globalizada. Rio de Janeiro: E-papers, 2001. 157 p.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento**: Planejamento e Organização. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 293 p.

PETERS, B. G. **American Public Policy**. Chatham, N.J.: Chatham House. 1986.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. Tendências do desenvolvimento: elementos para reflexão sobre as dimensões sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 10, n. 3, p.44-66, set. 2014. Trimestral. Disponível em: <<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/1471>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

PIMENTEL, Mariana Pereira Chaves; PIMENTEL, Thiago Duarte. **A trajetória das políticas públicas de turismo brasileiras 1930 - 2010**: Encontro da ANPAD, 35., 2011, Rio de Janeiro. Encontro. Rio de Janeiro: Anpad, 2011. p. 1 - 17. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APB2319.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2016.

PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JUNIOR, Rudinei. **Introdução à Economia**. São Paulo: Saraiva, 2001.

PIRES, Marina Salim. **Turismo e pós-modernidade: teoria, cultura e sustentabilidade**. 2009. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Turismo, Universidade de Brasília.

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. **Ranking IDHM Municípios 2010**. 2013. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/ranking-idhm-municipios-2010.aspx>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

ROCKTAESCHEL, Benita Maria Onteiro Mueller. **Terceirização em áreas protegidas: estímulo ao ecoturismo no Brasil**. São Paulo: Editora Senac, 2006. 134 p.

RIBEIRO, Áurea; FLEURY, Ângela. **Marketing de serviços: que ainda fazem a diferença**. São Paulo: Saraiva, 2006, 215 p.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing Turístico: Um Enfoque Promocional**. 9. ed. Campinas: Papirus Editora, 1990. 124 p.

SÃO FRANCISCO, Fazenda – **Nossa história - Apresentação**. Disponível em: <<http://www.fazendasaofrancisco.com.br/>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

SÃO PAULO. Ascon. Ministério do Turismo (Ed.). **Cartilha: Mais turismo, mais desenvolvimento: indicadores**. 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/80-mais-turismo-mais-desenvolvimento-indicadores.html>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

SÃO PAULO, Secretaria de Cultura do Estado. **CONDEPHAAT**. [201-]. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.3ece191cddb97673b47b5f57>>



e2308ca0/?vgnnextoid=84fc343c80f37210VgnVCM1000002e03c80aRCRD&vgnnextchannel=84fc343c80f37210VgnVCM1000002e03c80aRCRD>. Acesso em: 18 out. 2016.

SÃO PAULO, Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. **Estâncias**. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/dade/estancias.html>>. Acesso em: 26 Fev. 2015.

SÃO PAULO, Portal da Secretaria do Estado. **Estâncias**. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/estancias>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

SAKATA, Marici Cristine Gramacho. **Tendências Metodológicas da Pesquisa Acadêmica em Turismo**. 2002. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências da Comunicação: Turismo e Lazer, Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.tecsi.fea.usp.br/equipetecnologiainformacao/SAKATA-Marici-DissertacaoECAUSP-2002.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

SANTOS, C. M. P (São Paulo). **Desorganizando e reorganizando o território: o turismo e o desenvolvimento local em São Luiz do Paraitinga/SP**. Revista Eletrônica de Turismo Cultural, São Paulo, v. 2, n. 1, p.1-21, jun. 2007. Semestral. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/turismocultural/retc02.htm>>. Acesso em: 11 out. 2015.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4 Ed. São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, 2006, 258 p.

SEBRAE. **Cadeia produtiva do turismo: cenários Econômicos e estudos setoriais**. Disponível em:< <http://189.39.124.147:8030/downloads/Turismo.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2016.

SECRETARIA DA CULTURA. **Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico**. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.bb3205c597b9e36c3664eb10e2308ca0/?vgnnextoid=91b6ffbae7ac1210VgnVCM1000002e03c80aRCRD>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

SILVA, Fabiana dos Santos; COSTA, Sarany Rodrigues da; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de. **Políticas públicas de turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país**. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 10, 2013, Resende. **Simpósio**. Resende: Aedb, 2013. v. 1, p. 1 - 10. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/36218351.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2016.

SILVA. Hélio. **Marketing: uma visão crítica**. A Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007, 184 p.

SILVA, Maria da Gloria Lanci da. **Cidades Turísticas: Identidades e Cenários de Lazer**. 1 ed. São Paulo: Aleph, 2004. 191 p.

SOUTO, Reynaldo Maia. **São José do Barreiro - Estado de São Paulo**: Apontamentos, históricos, Literários e Genealógicos - Edição comemorativa do primeiro centenário do município. São José do Barreiro: Ofs. Gráficas da Papelaria São José, 1959. 264 p.

SPAREMBERGER, Ariosto; ZAMBERLAN, Luciano. **Marketing estratégico**. Rio Grande do Sul: Editora Unijuí, 2008. 212 p. (Coleção educação a distância. Série livro-texto). Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/182>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

THEOBALD, William F. (Org.). **Turismo Global**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 1998. 510 p.

TRIGO, Luis Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. 8. ed. São Paulo: Editora Senac, 1998. 229 p.

VASCONCELLOS. Marco Antonio Sandoval de. **Economia Micro e Macro**. 3. Ed. São Paulo: Atlas Editora. 2002. 439 p.

VIEIRA, Edson Trajano; SANTOS, Moacir José dos. **Industrialização e desenvolvimento regional**: política do CODIVAP no Vale do Paraíba na década de 1970. Desenvolvimento Regional em Debate, n. 2, p. 161-181, 2012.

YIN, Roberto K. **The Case Study Crisis**: Some Answers. Administrative Science Quarterly, New York, v. 26, p.58-65, mar. 1981. Disponível em: <[http://links.jstor.org/sici?sici=0001-8392\(198103\)26:12.0.CO;2-H](http://links.jstor.org/sici?sici=0001-8392(198103)26:12.0.CO;2-H)>. Acesso em: 22 abr. 2016.

## APÊNDICE A

### ROTEIRO DE QUESTÕES - PESQUISA QUANTITATIVA

**(Questionário semiestruturado fechado a ser aplicado aos cidadãos barreirenses com idade igual ou acima de 20 anos. A amostra será de 336 habitantes, sendo o nível de confiabilidade de 95% e de erro 5%)**

Esta pesquisa está sendo realizada para fins de elaboração de dissertação para obtenção de título de Mestre pelo programa de Mestrado Acadêmico em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté (UNITAU).

- ✓ O objetivo é analisar como a população verifica o planejamento turístico local e os atrativos turísticos do município;
  - ✓ O preenchimento do questionário irá durar aproximadamente 10 minutos;
  - ✓ Responda escolhendo, para cada questão, somente 01 (uma) das alternativas apresentadas e lembre-se, não há resposta certa;
  - ✓ Todos os dados serão tratados de forma agregada, preservando a sua privacidade;
  - ✓ Após a compilação dos dados, eles poderão ser disponibilizados a todos.
- Agradecemos antecipadamente a sua participação, que é fundamental para o sucesso e progresso desta pesquisa!*

Questões:

**1-Você é morador de São José do Barreiro?**

Sim  Não

**Se sim, em qual bairro?** \_\_\_\_\_

**2- Há quanto tempo mora em São José do Barreiro?** \_\_\_\_\_ anos.

**3- Qual o seu sexo de registro?**

Feminino  Masculino

**4- Qual a sua faixa de idade?**

20 a 24 anos       35 a 39 anos       50 a 54 anos       65 anos ou mais.  
 25 a 29 anos       40 a 44 anos       55 a 59 anos  
 30 a 34 anos       45 a 49 anos       60 a 64 anos

**5- Qual a sua escolaridade?**

Ensino Fundamental incompleto       Ensino Técnico completo       Especialista/Pós Graduado  
 Ensino Fundamental completo       Ensino Técnico incompleto       Mestrado  
 Ensino Médio completo       Superior completo       Doutorado  
 Ensino Médio incompleto       Superior incompleto       Não Alfabetizado

**6- Você trabalha em São José do Barreiro?**

Sim  Não  Aposentado

**Se sim, em qual área?**

**Se não, qual o município de trabalho?** \_\_\_\_\_

Comercio e Serviços       Turismo       Agropecuária       Indústria

**7- Qual a sua renda familiar mensal (base de 2016)?**

Até R\$ 1.760,00 (até 2 salários)       Acima de R\$ 5.280,00 (mais de 6 salários)  
 R\$ 1.761,00 até R\$ 3.520,00(de 2 a 4 salários)       Não possui renda.  
 R\$ 3.521,00 até R\$ 5.280,00(de 4 a 6 salários)

**8 – Você sabe o que é uma Estância Turística?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente

**9 - Você sabia que São José do Barreiro é uma Estância Turística?**

( ) Sim ( ) Não

**10 - Você possui vontade de trabalhar com o turismo no município?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei informar  
( ) Já trabalho com o turismo

**11 -Você acredita que o turismo no município é bom e atrai turista?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei informar **Se não, porque?** \_\_\_\_\_

**12-Você acredita que os turistas visitam a sua cidade devido ao:** (Poderá assinalar mais de 01 item)

( ) Lazer e entretenimento ( ) Gastronomia ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_  
( ) Convívio com a natureza ( ) Artesanato \_\_\_\_\_  
( ) Relaxamento ( ) Esportes Aéreos \_\_\_\_\_  
( ) Esporte de Aventura ( ) Esportes Náuticos \_\_\_\_\_  
( ) Ruralidade ( ) Negócios \_\_\_\_\_

**13 - Você se sente valorizado com a visita de turistas na sua cidade?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**14 - O Turismo traz oportunidades empreendedoras para o município?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente

**15 - Você acredita que o turismo pode gerar emprego e renda a cidade?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**16 - Acredita que os moradores estão preparados para lidar com os turistas?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente

**17 - Como os turistas normalmente se relacionam com os moradores do município?**

( ) De forma cordial ( ) Com indiferença ( ) Outro. Qual? \_\_\_\_\_  
( ) Com agressividade ( ) Com curiosidade \_\_\_\_\_

**18 - A prefeitura investe em turismo como opção de atividade econômico do município?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**19 - Você considera que os salários pagos por empregos gerados pelo setor de turismo são justos?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**20 - Os moradores recebem orientação sobre como lidar com o turista/ turismo?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**21 -Você considera que o município está preparado para receber turistas?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**22- Há cursos de qualificação profissional voltado ao turismo, ofertados pela prefeitura?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei

**23 -Você considera que os recursos financeiros gerados pela atividade turística são revertidos para a melhoria do município?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente ( ) Não sei

**24 -Há cursos de qualificação profissional voltado ao turismo, ofertados por escolas ou instituições privadas?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei

**25 - Quais espaços turísticos são utilizados para lazer da população?**

( ) Balneário Água Santa	( ) Casa de Pedras Ruínas	( ) Parque N. Serra da Bocaina
( ) Cachoeira da Esmeralda	( ) Cemitério dos Escravos	( ) Pedra da Graúna
( ) Cachoeira da Mata	( ) Fazenda Lagoa da Saudade	( ) Pedra Redonda
( ) Cachoeira da Usina	( ) Fazenda Pau d'alho	( ) Pico da Bacia
( ) Cachoeira das Posses	( ) Fazenda Santa Tereza Rural	( ) Rampa de Voo Livre
( ) Cachoeira do Paredão	( ) Fazenda São Francisco	( ) Refugio Vale dos Veados
( ) Cachoeira Santo Izidro	( ) Feirinha em Formoso	( ) Represa do Funil
( ) <u>Cachoeirão</u>	( ) Festa de São José	( ) Rota Franciscana
( ) Camping	( ) Igreja de São José	( ) Trilha da Bocaininha
( ) Carnaval	( ) Lagoa da <u>Siriema</u>	( ) Trilha do Ouro

26 - Quais atrativos não os conhecem?

---

27 – Deixe seu comentário/sugestão.

---

---

## APÊNDICE B

### ROTEIRO DE QUESTÕES - PESQUISA QUALITATIVA

**(Entrevista Semiestruturada aberta com uma amostra de pesquisa qualitativa envolvendo gestores locais do município)**

Esta pesquisa está sendo realizada para fins de elaboração de dissertação para obtenção de título de Mestre pelo programa de Mestrado Acadêmico em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté (UNITAU).

- ✓ O objetivo é analisar como a população verifica o planejamento turístico local e os atrativos turísticos do município;
- ✓ Responda cada questão de forma transparente e com detalhes;
- ✓ Todos os dados serão tratados de forma agregada, preservando a sua privacidade;
- ✓ Para transcrição dos dados e análise do conteúdo, haverá uma gravação de áudio, na qual deverá assinar o termo legal somado ao Termo livre e esclarecido individual cedido pela universidade de Taubaté;
- ✓ O presente trabalho, após finalizado, estará disponível na biblioteca da Universidade de Taubaté.

*Agradecemos antecipadamente a sua participação, que é fundamental para o sucesso e progresso desta pesquisa!*

Questões:

1. Qual a sua trajetória profissional?
2. Qual a sua formação?
3. De que forma esta/esteve envolvido com o turismo no município?
4. Como foi o processo para o município tornar-se uma Estância Turística?
5. Houve resistência pelos munícipes?
6. Qual o maior desafio de um município que é Estância Turística?
7. Quais os ganhos no turismo local nos últimos 04 (quatro) anos?
8. Qual é a estrutura administrativa e a equipe do poder público municipal voltada para o turismo?

9. Quais os projetos em andamento para o desenvolvimento do turismo no município?
10. Você acredita que os projetos existentes terão continuidade nas gestões seguintes?
11. Há algum projeto para regionalização do turismo no Circuito do Vale Histórico?
12. Quais projetos vigentes para utilização da verba disponibilizada pelo Dades para estimular o turismo local?
13. Os recursos gerados pelo turismo são significativos para a arrecadação do município?
14. Quem são os principais investidores proprietários dos meios de hospedagem e restaurantes no município? São locais ou investidores externos?
15. Há alguma política de atratividade de investidores da área de turismo no município? Qual?
16. Acredita que deva existir um limite de visitantes desejável pelo município, adequado à infraestrutura turística existente?
17. Acredita que o turismo pode gerar emprego e renda ao município? Como?
18. Quantos atrativos turísticos há no município? Há alguma forma de oficialização?
19. Como estão os estados de conservação dos atrativos turísticos do município?
20. Quais os meios de comunicação são utilizados para divulgar a região, os atrativos turísticos do município?
21. Qual o foco do tipo de turismo que desejam divulgar ao público de outras regiões?
22. Há algum plano de marketing formalizado e algum plano de marketing turístico para o município?

## APÊNDICE C

### FORMULÁRIO PARA O ANÁLISE DOS ATRATIVOS DO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DO BARREIRO

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
Nome do atrativo:					
Bairro:					
Endereço:					
Telefone:			Site:		
Horário de Funcionamento:			Valor aplicado:		
Forma de agendamento:					
Há registro de visitação?		Sim		Não	
Período indicado para visitação:		Verão		Inverno	
				Ano todo	
Distância do Centro do município (km):					
Propriedade:		Perímetro Urbano			
		Perímetro Rural			
Descrição do Atrativo:					
Atividades possíveis a serem encontradas?		Lazer e entretenimento		Relaxamento	
		Contato com a natureza		Gastronomia	
		História e Cultura		Artesanato	
		Esporte de Aventura		Esportes Náuticos	
		Negócios		Esportes Aéreos	
				Ruralidade	
				Outro. Qual?	
Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?		Aventura		Saúde e Beleza	
		Ecológico		Aquático/Náutico	
		Rural		Gastronômico	
				Agro turismo	
				Pesca	
				Outro. Qual?	
O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?		Sim		Não	
Há guias de turismo e/ou alguém para disponibilizar informações no local?		Sim		Não	
Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?		Sim		Não	
				Parcialmente	
Acesso a propriedade:			Estado de Conservação		



<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Acesso ao atrativo:</b>	<b>Estado de Conservação da via?</b>		
<input type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input type="checkbox"/> Moto	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input type="checkbox"/> Carro	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>	<b>Qual estado da sinalização?</b>		
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>	<input type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos	
	<input type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/> Placa Informações animais	
	<input type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira		
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Para qual tipo de PCD?</b>	<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	
	<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual / Mental	
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial
	<b>Se parcial, porque?</b>		
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
Se sim, quais?			
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
Se sim, quais?			
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Baixo

Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?				
	Sim	Não	Parcialmente	Não existiu

## APÊNDICE D

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO INSTITUCIONAL

Esta pesquisa está sendo realizada pelo Sr. (a) Cláudia Liciely Barbosa e Silva, aluno (a) do Mestrado Acadêmico em Planejamento e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Taubaté (PPGA), como dissertação, sendo orientada e supervisionada pelo (a) professor (a) Dr<sup>a</sup> Mônica Franchi Carniello.

Seguindo preceitos éticos, informamos que pela natureza da pesquisa, a participação desta organização não acarretará em quaisquer danos a mesma. A seguir, damos as informações gerais sobre esta pesquisa, reafirmando que qualquer outra informação poderá ser fornecida a qualquer momento, pelo aluno pesquisador ou pelo professor responsável.

**TEMA DA PESQUISA:** O turismo como fator de desenvolvimento regional: Um diagnóstico da atividade turística no município de São José do Barreiro – SP

**OBJETIVO:** Realizar um diagnóstico dos atrativos turísticos do município de São José do Barreiro, observando e analisando suas características e como esses atrativos são organizados pela gestão pública local para o crescimento econômico e desenvolvimento do município.

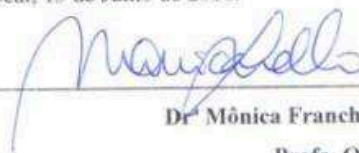
**PROCEDIMENTO:** A proposta é realizar pesquisas qualitativas semiestruturada aberta com gestores públicos municipais.

**SUA PARTICIPAÇÃO:** Autorizar a aplicação da pesquisa com gestores públicos municipais.

Após a conclusão da pesquisa, prevista para 03/2017, uma dissertação, contendo todos os dados e conclusões, estará à disposição na Biblioteca da Universidade de Taubaté.

Agradecemos sua autorização, enfatizando que a mesma em muito contribuirá para a construção de um conhecimento atual nesta área.

Local, 15 de Julho de 2016.



Dr<sup>a</sup> Mônica Franchi Carniello  
Profa. Orientadora



Cláudia Liciely Barbosa e Silva  
Aluno



**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Estância Turística de São José do Barreiro - SP

**GABINETE DO PREFEITO**  
Rua José Bento Teixeira, 45 - Centro  
CEP: 12830-000 - Tel: (12) 3117 9200

#### TERMO DE CIÊNCIA

Tendo ciência das informações contidas neste Termo de Consentimento, Eu, **José Milton de Magalhães Serafim**, portador do RG nº \_\_\_\_\_, responsável pela organização **Prefeitura Municipal de São José do Barreiro**, autorizo a aplicação desta pesquisa na mesma.

São José do Barreiro, 18 de Julho de 2016.



José Milton de Magalhães Serafim  
Prefeito Municipal

## APÊNDICE E

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Esta pesquisa está sendo realizada por Cláudia Liciely Barbosa e Silva, aluna do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Taubaté (PPGA), como dissertação, sendo orientada e supervisionada pela professora Mônica Franchi Carniello.

Seguindo os preceitos éticos, informamos que sua participação será absolutamente sigilosa, não constando seu nome ou qualquer outro dado que possa identificá-lo no manuscrito final da dissertação ou em qualquer publicação posterior sobre esta pesquisa.

Pela natureza da pesquisa, sua participação não acarretará em quaisquer danos para sua pessoa. A seguir, damos as informações gerais sobre esta pesquisa, reafirmando que qualquer outra informação que V.S. desejar, poderá ser fornecida junto ao aluno-pesquisador ou pelo professor orientador.

**TEMA DA PESQUISA:** O turismo como fator de desenvolvimento regional: Um diagnóstico da atividade turística no município de São José do Barreiro – SP

**OBJETIVO:** Realizar um diagnóstico dos atrativos turísticos do município de São José do Barreiro, observando e analisando suas características e como esses atrativos são organizados pela gestão pública local para o crescimento econômico e desenvolvimento do município.

**PROCEDIMENTO:** A proposta é realizar pesquisas qualitativas semiestruturada aberta com gestores públicos municipais.


**SUA PARTICIPAÇÃO:** Ceder a entrevista.

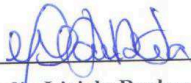
Após a conclusão da pesquisa, prevista para mês de 03/2017, uma dissertação, contendo todos os dados e conclusões, estará à disposição na Biblioteca da Universidade de Taubaté. O nome da instituição não será revelado no documento final.

V.S. terá a total liberdade para recusar sua participação, assim como solicitar a exclusão de seus dados, retirando seu consentimento sem qualquer penalização ou prejuízo.

Agradecemos sua participação, enfatizando que a mesma em muito contribuiu para a construção de um conhecimento atual na área.

Taubaté, 21 de julho de 2016

  
Dr.<sup>a</sup> Mônica Franchi Carniello  
Profa. Orientadora

  
\_\_\_\_\_  
Cláudia Liciely Barbosa e Silva  
Aluno

Tendo ciência das informações contidas neste Termo de Consentimento, eu \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, portador do RG nº \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, autorizo a utilização, nesta pesquisa, dos dados por mim fornecidos.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016.


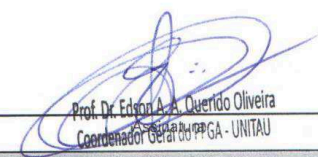
\_\_\_\_\_  
Assinatura

## APÊNDICE F



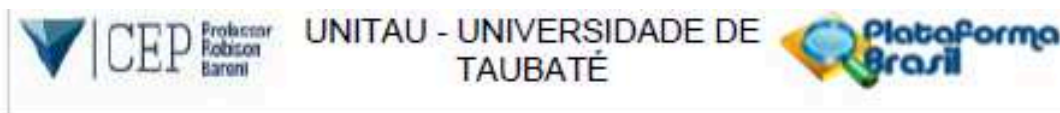
MINISTÉRIO DA SAÚDE - Conselho Nacional de Saúde - Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP

### FOLHA DE ROSTO PARA PESQUISA ENVOLVENDO SERES HUMANOS

1. Projeto de Pesquisa: O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL Um diagnóstico da atividade turística no município de São José do Barreiro - SP			
2. Número de Participantes da Pesquisa: 338			
3. Área Temática:			
4. Área do Conhecimento: Grande Área 6. Ciências Sociais Aplicadas			
<b>PESQUISADOR RESPONSÁVEL</b>			
5. Nome: Cláudia Liciely			
6. CPF:		7. Endereço (Rua. n.º):	
8. Nacionalidade: BRASILEIRO		9. Telefone:	10. Outro Telefone:
11. Email:			
<p>Termo de Compromisso: Declaro que conheço e cumprirei os requisitos da Resolução CNS 466/12 e suas complementares. Comprometo-me a utilizar os materiais e dados coletados exclusivamente para os fins previstos no protocolo e a publicar os resultados sejam eles favoráveis ou não. Aceito as responsabilidades pela condução científica do projeto acima. Tenho ciência que essa folha será anexada ao projeto devidamente assinada por todos os responsáveis e fará parte integrante da documentação do mesmo.</p>			
Data: <u>21</u> / <u>07</u> / <u>2016</u>		 Assinatura	
<b>INSTITUIÇÃO PROPONENTE</b>			
12. Nome: Universidade de Taubaté		13. CNPJ:	14. Unidade/Órgão:
15. Telefone:		16. Outro Telefone:	
<p>Termo de Compromisso (do responsável pela instituição): Declaro que conheço e cumprirei os requisitos da Resolução CNS 466/12 e suas Complementares e como esta instituição tem condições para o desenvolvimento deste projeto, autorizo sua execução.</p>			
Responsável: <u>EDSON A.A.S. OLIVEIRA</u>		CPF: _____	
Cargo/Função: <u>COORDENADOR GERAL</u>			
Data: <u>21</u> / <u>07</u> / <u>2016</u>		 Prof. Dr. Edson A. A. Oliveira Coordenador Geral do PPGA - UNITAU	
<b>PATROCINADOR PRINCIPAL</b>			
Não se aplica.			



## APÊNDICE G



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
Um diagnóstico da atividade turística no município de São José do Barreiro - SP

**Pesquisador:** Cláudia Liciely

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 58018316.9.0000.5501

**Instituição Proponente:** Universidade de Taubaté

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 1.859.005

#### **Apresentação do Projeto:**

Projeto de pesquisa estruturado que servirá para desenvolvimento da região de São José do Barreiro, salientando assim suas características turísticas mais evidentes.

#### **Objetivo da Pesquisa:**

Foi bem explanado e explorado

#### **Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Foram atendidos

#### **Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

Pesquisa interessante que exporá a região de São José do Barreiro para o desenvolvimento podendo, deste modo, alavancar outras cidades regionais a despertar para o turismo

#### **Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Foram atendidos

#### **Recomendações:**

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Taubaté recomenda a entrega do relatório final ao término da pesquisa.

Endereço: Rua Visconde do Rio Branco, 210  
 Bairro: Centro CEP: 12.020-040  
 UF: SP Município: TAUBATÉ  
 Telefone: (12)3635-1233 Fax: (12)3635-1233 E-mail: cepunitau@unitau.br





Professor  
Robison  
Baroni

UNITAU - UNIVERSIDADE DE  
TAUBATÉ



Continuação do Parecer: 1.659.005

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Não se aplica

**Considerações Finais a critério do CEP:**

O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Taubaté, em reunião de 29/07/2016, e no uso das competências definidas na Resolução CNS/MS 466/12, considerou o Projeto de Pesquisa: APROVADO.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BASICAS_DO_PROJETO_763099.pdf	21/07/2016 16:10:40		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tclesjbassinado.pdf	21/07/2016 16:09:07	MONICA FRANCHI CARNIELLO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projeto.pdf	21/07/2016 16:08:09	MONICA FRANCHI CARNIELLO	Aceito
Outros	RoteiroQuantitativo21072016.pdf	21/07/2016 16:07:56	MONICA FRANCHI CARNIELLO	Aceito
Outros	instrumentoqualitativo.pdf	21/07/2016 16:07:31	MONICA FRANCHI CARNIELLO	Aceito
Outros	termoinstucional.pdf	21/07/2016 15:15:16	Cláudia Liciely	Aceito
Folha de Rosto	folhaderostosjbassinada.pdf	21/07/2016 15:14:04	Cláudia Liciely	Aceito

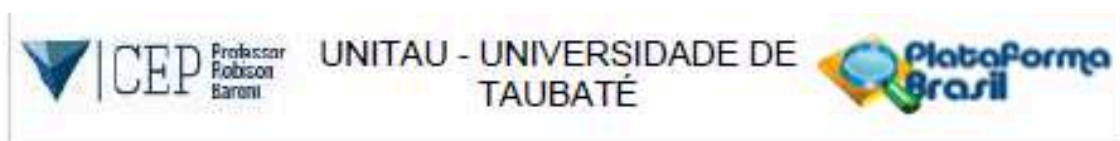
**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

Endereço: Rua Visconde do Rio Branco, 210  
 Bairro: Centro CEP: 12.020-040  
 UF: SP Município: TAUBATE  
 Telefone: (12)3635-1233 Fax: (12)3635-1233 E-mail: cepunitau@unitau.br



Continuação do Parecer: 1.650.005

TAUBATE, 02 de Agosto de 2016

---

**Assinado por:**  
**Maria Dolores Alves Cocco**  
**(Coordenador)**

**Endereço:** Rua Visconde do Rio Branco, 210  
**Bairro:** Centro **CEP:** 12.020-040  
**UF:** SP **Município:** TAUBATE  
**Telefone:** (12)3635-1233 **Fax:** (12)3635-1233 **E-mail:** cepunitau@unitau.br

## APÊNDICE H

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo: Balneário Água Santa</b>					
<b>Bairro:</b> Água Santa					
<b>Endereço:</b> Rua Virgílio Pereira					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim		x Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão		Inverno x Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Esta localizado a 1,5 km do centro do município.					
<b>Propriedade:</b>		x Perímetro Urbano			
		Perímetro Rural			
<p><b>Descrição do Atrativo:</b>            O Balneário Água Santa é um local, no qual há o afinilamento do rio Água Santa, permitindo que turistas possam banhar-se de forma tranquila e relaxante.            A estrada para chegada no local, há piso inter-travado, grades com portão envolvendo o Balneário e o mesmo fica aberto e possui calçadas externas. Adentrando ao perímetro do Balneário, há um local para realizações de churrascos, 01 banheiro que permanece trancado e uma lanchonete desativada.</p>					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x Lazer e entretenimento		x Relaxamento	
		x Contato com a natureza		Gastronomia	
		História e Cultura		Artesanato	
		Esporte de Aventura		Esportes Náuticos	
		Negócios		Esportes Aéreos	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		Aventura		Saúde e Beleza	
		x Ecológico		Aquático/Náutico	
		Rural		Gastronômico	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x Sim		Não	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		Sim		x Não	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		Sim		x Não (Não há pessoas para suporte)	
				Parcialmente	

<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			
<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b> _____					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
<b>Acesso ao atrativo:</b>		<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>		<b>Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/>	Boa	<input checked="" type="checkbox"/>	Média <input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Placa indicativa de Direção	<input checked="" type="checkbox"/>	Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)
		<input checked="" type="checkbox"/>	Placa de Indicação do atrativo	<input checked="" type="checkbox"/>	Placa Informações animais (Placa com condições ruins)
		<input type="checkbox"/>	Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
		<input type="checkbox"/>	Placa de informações língua estrangeira		
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/>	Deficiência motora
		<input type="checkbox"/>	Deficiência visual	<input type="checkbox"/>	Deficiência Intelectual / Mental
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não
		<input checked="" type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruim
Banheiros		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Água potável		<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
Energia Elétrica		<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
Lixeiras		<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
Estacionamento		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Restaurante/ bar / lanchonetes		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Posto de Informações turísticas		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Segurança/ policiamento		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Atendimento de emergência		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim
Loja de Souvenirs/Vendedores		<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim

<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?				
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?				
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais? Não explicitadas, mas o local esta aparentemente conservado e limpo.				
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Baixo	
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/> Não existiu

## APÊNDICE I

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS									
Nome do atrativo: Cachoeira da Mata									
Bairro: -									
Endereço: -									
Telefone: Não existente				Site: Não existente.					
Horário de Funcionamento: Sempre aberto					Valor aplicado: Atração gratuita				
Forma de agendamento: Sem necessidade de agendamento prévio.									
Há registro de visitação?		<input type="checkbox"/> Sim			<input checked="" type="checkbox"/> Não				
Período indicado para visitação:		<input type="checkbox"/> Verão			<input type="checkbox"/> Inverno		<input checked="" type="checkbox"/> Ano todo		
Distância do Centro do município (km): 5 km									
Propriedade:		<input type="checkbox"/> Perímetro Urbano							
		<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Rural							
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Cachoeira da Mata é composta por belezas únicas, permitindo aos turistas o contato com a natureza para relaxamento de forma gratuita.									
Atividades possíveis a serem encontradas?		<input checked="" type="checkbox"/> Lazer e entretenimento		<input checked="" type="checkbox"/> Relaxamento		<input type="checkbox"/> Ruralidade e Outro. Qual?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Contato com a natureza		<input type="checkbox"/> Gastronomia					
		<input type="checkbox"/> História e Cultura		<input type="checkbox"/> Artesanato					
		<input type="checkbox"/> Esporte de Aventura		<input type="checkbox"/> Esportes Náuticos					
		<input type="checkbox"/> Negócios		<input type="checkbox"/> Esportes Aéreos					
Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?		<input type="checkbox"/> Aventura		<input type="checkbox"/> Saúde e Beleza		<input type="checkbox"/> Agro turismo Pesca Outro. Qual?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Ecológico		<input type="checkbox"/> Aquático/Náutico					
		<input type="checkbox"/> Rural		<input type="checkbox"/> Gastronômico					
O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?		<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não					
Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?		<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não					
Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?		<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não (Não há pessoas para suporte)		<input type="checkbox"/> Parcialmente			
Acesso a propriedade:		Estado de Conservação							

<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho		Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Médio		Ruim			
<input type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado		Bom		Médio		Ruim			
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>									
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
<b>Acesso ao atrativo: Estado de Conservação da via?</b>									
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha		Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular		Difícil			
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta		Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular		Difícil			
<input checked="" type="checkbox"/> Moto		Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular		Difícil			
<input checked="" type="checkbox"/> Carro		Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular		Difícil			
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van		Fácil		Regular		Difícil			
<b>Existe sinalização no atrativo? Qual estado da sinalização?</b>									
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não				Boa		Média	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruim	
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>									
	<input checked="" type="checkbox"/>	Placa indicativa de Direção				Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)			
		Placa de Indicação do atrativo				Placa Informações animais (Placa com condições ruins)			
		Placa Indicativa de Distância				Outro. Qual?			
		Placa de informações língua estrangeira							
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>									
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
<b>Para qual tipo de PCD?</b>									
		Deficiência auditiva (e com cautela)				Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/>	Sem acessibilidade	
		Deficiência visual				Deficiência Intelectual			
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>									
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				<input type="checkbox"/>	Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>									
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>									
Banheiros		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não		Se sim:			
		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Água potável		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Energia Elétrica		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Lixeiras		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Estacionamento		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Restaurante/ bar / lanchonetes		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Posto de Informações turísticas		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Segurança/ policiamento		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Atendimento de emergência		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Loja de Souvenirs/Vendedores		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
<b>Há práticas sustentáveis?</b>									
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Há práticas sociais?</b>									
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>									
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									

<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialmente	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu



## APÊNDICE J

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS										
<b>Nome do atrativo:</b> Cachoeira do Paredão										
<b>Bairro:</b> Bocaina										
<b>Endereço:</b> Serra da Bocaina (O endereço mais próximo identificado e encontrado).										
<b>Telefone:</b> Não existente				<b>Site:</b> Não existente.						
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto					<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita					
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.										
<b>Há registro de visitação?</b>		<input type="checkbox"/> Sim			x	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Período indicado para visitação:</b>		<input type="checkbox"/> Verão			x	<input type="checkbox"/> Inverno	x	<input type="checkbox"/> Ano todo		
<b>Distância do Centro do município (km):</b> 7,8 km										
<b>Propriedade:</b>		<input type="checkbox"/> Perímetro Urbano								
		<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Rural								
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Cachoeira do Paredão é composta um ambiente gostoso de fácil acesso, permitindo aos turistas o contato com a natureza e convívio com amigos e familiares de forma gratuita. Localiza-se dentro do bairro da Bocaina, caminho para o Parque Nacional da Bocaina e a 7,8 km do centro do município (perímetro rural), possuindo um percurso com nível fácil de acesso.										
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x	Lazer e entretenimento		x	Relaxamento			<input type="checkbox"/>	Ruralidade e
		x	Contato com a natureza		<input type="checkbox"/>	Gastronomia			<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
		<input type="checkbox"/>	História e Cultura		<input type="checkbox"/>	Artesanato			<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Esporte de Aventura		<input type="checkbox"/>	Esportes Náuticos			<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Negócios		<input type="checkbox"/>	Esportes Aéreos			<input type="checkbox"/>	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		<input type="checkbox"/>	Aventura		<input type="checkbox"/>	Saúde e Beleza			<input type="checkbox"/>	Agro turismo
		x	Ecológico		<input type="checkbox"/>	Aquático/Náutico			<input type="checkbox"/>	Pesca
		<input type="checkbox"/>	Rural		<input type="checkbox"/>	Gastronômico			<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x	<input type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim		x	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim		x	<input type="checkbox"/> Não (Não há pessoas para suporte)			<input type="checkbox"/>	Parcialmente

<b>Acesso a propriedade:</b>	<b>Estado de Conservação</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho	x Bom		Médio		Ruim	
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	x Bom		Médio		Ruim	
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>						
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não			
<b>Acesso ao atrativo:</b>	<b>Estado de Conservação da via?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha		Fácil	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta		Fácil	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	x	Fácil	Regular		Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	x	Fácil	Regular		Difícil	
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van		Fácil	Regular		Difícil	
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>	<b>Qual estado da sinalização?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		Boa		Média	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>	x	Placa indicativa de Direção		Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)		
		Placa de Indicação do atrativo		Placa Informações animais (Placa com condições ruins)		
		Placa Indicativa de Distância		Outro. Qual?		
		Placa de informações língua estrangeira				
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		Sim		<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		Deficiência auditiva (e com cautela)			Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/> Sem acessibilidade
		Deficiência visual			Deficiência Intelectual	
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		Sim		<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
						<input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>						
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		Sim		<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
Banheiros		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Água potável		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes		Bom			Ruim	Se sim: <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência		Bom			Ruim	Se sim: <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe

Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu

## APÊNDICE L

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS										
<b>Nome do atrativo:</b> Cachoeira Santo Izidro										
<b>Bairro:</b> Bocaina										
<b>Endereço:</b> Serra da Bocaina (O endereço mais próximo identificado e encontrado).										
<b>Telefone:</b> Não existente				<b>Site:</b> Não existente.						
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto					<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita					
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.										
<b>Há registro de visitação?</b>		<input type="checkbox"/> Sim			x	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Período indicado para visitação:</b>		<input type="checkbox"/> Verão			x	<input type="checkbox"/> Inverno	x	<input type="checkbox"/> Ano todo		
<b>Distância do Centro do município (km):</b> 29 km.										
<b>Propriedade:</b>		<input type="checkbox"/> Perímetro Urbano								
		<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Rural								
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Cachoeira Santo Izidro é uma das mais belas e conhecidas cachoeiras do município e está localizada dentro do Parque Nacional da Serra da Bocaina (perímetro rural), totalizando acerca de 29 km do centro de São José do Barreiro. Destaca-se pelas suas belezas naturais e possibilidade de relaxamento, meditação e convívio com a natureza.										
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x	Lazer e entretenimento		x	Relaxamento			<input type="checkbox"/>	Ruralidade e
		x	Contato com a natureza		<input type="checkbox"/>	Gastronomia			<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
		<input type="checkbox"/>	História e Cultura		<input type="checkbox"/>	Artesanato			<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Esporte de Aventura		<input type="checkbox"/>	Esportes Náuticos			<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Negócios		<input type="checkbox"/>	Esportes Aéreos			<input type="checkbox"/>	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		<input type="checkbox"/>	Aventura		<input type="checkbox"/>	Saúde e Beleza			<input type="checkbox"/>	Agro turismo
		x	Ecológico		<input type="checkbox"/>	Aquático/Náutico			<input type="checkbox"/>	Pesca
		<input type="checkbox"/>	Rural		<input type="checkbox"/>	Gastronômico			<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x	<input type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim		x	<input type="checkbox"/> Não				
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Sim		x	<input type="checkbox"/> Não (Não há pessoas para suporte)			<input type="checkbox"/>	Parcialmente

<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b> _____					
		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo:</b>		<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input type="checkbox"/> Fácil	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input type="checkbox"/> Fácil	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>		<b>Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input checked="" type="checkbox"/> Ruim	
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)		
		<input checked="" type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)		
		<input checked="" type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/> Outro. Qual?		
		<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira			
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/> Sem acessibilidade	
		<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial	
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>	
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Energia Elétrica	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Lixeiras	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	

Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim					<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
Se sim, quais?									
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo			
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>									
	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu	

## APÊNDICE M

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo: Cachoeirão</b>					
<b>Bairro:</b> Formoso					
<b>Endereço:</b> Rodovia dos Tropeiros (O endereço mais próximo identificado e encontrado).					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim <input type="checkbox"/>		Não <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão <input type="checkbox"/>		Inverno <input checked="" type="checkbox"/> Ano todo <input type="checkbox"/>	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Esta localizado a 11,3 km do centro do município.					
<b>Propriedade:</b>		Perímetro Urbano <input type="checkbox"/>			
		x Perímetro Rural <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>Descrição do Atrativo:</b> O Cachoeirão é um formado por duas quedas d'águas medianas, que formam um poço possibilitando que os turistas possam banhar-se de forma relaxante. É um local muito visitado pela população local aos finais de semana. A estrada para chegada no atrativo é de terra e com cascalhos, há um estacionamento gramado e cerca com porteira no local, que fica aberta aos públicos diversos. Não há iluminação ao redor do atrativo e nenhum ponto de apoio aos turistas.					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x Lazer e entretenimento <input checked="" type="checkbox"/>		Relaxamento <input type="checkbox"/>	
		x Contato com a natureza <input type="checkbox"/>		Gastronomia <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> História e Cultura <input type="checkbox"/>		Artesanato <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> Esporte de Aventura <input type="checkbox"/>		Esportes Náuticos <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> Negócios <input type="checkbox"/>		Esportes Aéreos <input type="checkbox"/>	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		<input type="checkbox"/> Aventura <input type="checkbox"/>		Saúde e Beleza <input type="checkbox"/>	
		x Ecológico <input type="checkbox"/>		Aquático/Náutico <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>		Gastronômico <input type="checkbox"/>	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x Sim <input type="checkbox"/>		Não <input type="checkbox"/>	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		Sim <input type="checkbox"/>		x Não <input type="checkbox"/>	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		Sim <input type="checkbox"/>		x Não (Não há pessoas para suporte) <input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/> Ruridade e Outro. Qual? <input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/> Agro turismo Pesca Outro. Qual? <input type="checkbox"/>	
				<input type="checkbox"/> Parcialmente <input type="checkbox"/>	

<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Médio
<input type="checkbox"/>	Asfalto / Pavimentado	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Médio
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo?</b>		<b>Se sim, qual?</b> _____			
<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não		
<b>Acesso ao atrativo:</b>		<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	A pé/ trilha	<input type="checkbox"/>	Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Difícil
<input checked="" type="checkbox"/>	Bicicleta	<input type="checkbox"/>	Fácil	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Difícil
<input checked="" type="checkbox"/>	Moto	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Difícil
<input checked="" type="checkbox"/>	Carro	<input checked="" type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Ônibus/Van	<input type="checkbox"/>	Fácil	<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>		<b>Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Boa	<input checked="" type="checkbox"/>	Média
<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/>	Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)
		<input checked="" type="checkbox"/>	Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/>	Placa Informações animais (Placa com condições ruins)
		<input type="checkbox"/>	Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?
		<input type="checkbox"/>	Placa de informações língua estrangeira		
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/>	Deficiência motora
		<input type="checkbox"/>	Deficiência visual	<input type="checkbox"/>	Deficiência Intelectual / Mental
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Parcial
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Se sim:
Banheiros	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Água potável	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Energia Elétrica	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Lixeiras	<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Estacionamento	<input type="checkbox"/>	Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>
					<input checked="" type="checkbox"/>
					Não Existe



Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>			
Se sim, quais?								
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>			
Se sim, quais?								
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Não		
Se sim, quais?								
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu

## APÊNDICE N

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Carnaval					
<b>Bairro:</b> Centro					
<b>Endereço:</b> Praça Cel. Cunha Lara					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>					
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não			
<b>Período indicado para visitação:</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Verão (carnaval)		<input type="checkbox"/> Inverno		<input type="checkbox"/> Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Localizada no Centro do Município					
<b>Propriedade:</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Urbano		<input type="checkbox"/> Perímetro Rural			
<b>Descrição do Atrativo:</b>					
<p>O carnaval é a manifestação popular mais frequentada pela população, segundo a pesquisa quantitativa, representado 79% das respostas dos entrevistados. Acontece nos quatro dias de carnaval (sábado a terça-feira) na praça principal de São Jose do Barreiro e disponibiliza a programação com blocos de embalas, marchinhas e shows. Durante a festa há policiamentos, ambulâncias de emergências e os foliões são proibidos de estarem com garradas e copos de vidros e caso estejam, são abordados pelos seguranças contratados pela prefeitura. É uma festa em que pessoas de todas as idades participam e turistas diversos frequentam, principalmente pela possibilidade de aproveitarem as belezas naturais do município durante o dia e no período da noite participar das festividades.</p>					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Lazer e entretenimento		<input type="checkbox"/> Relaxamento		<input type="checkbox"/> Ruralidade	
<input type="checkbox"/> Contato com a natureza		<input type="checkbox"/> Gastronomia		<input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
<input checked="" type="checkbox"/> História e Cultura		<input type="checkbox"/> Artesanato		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Esporte de Aventura		<input type="checkbox"/> Esportes Náuticos		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Negócios		<input type="checkbox"/> Esportes Aéreos		<input type="checkbox"/>	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>					
<input type="checkbox"/> Aventura		<input type="checkbox"/> Saúde e Beleza		<input type="checkbox"/> Agro turismo	
<input type="checkbox"/> Ecológico		<input type="checkbox"/> Aquático/Náutico		<input type="checkbox"/> Pesca	
<input type="checkbox"/> Rural		<input type="checkbox"/> Gastronômico		<input checked="" type="checkbox"/> Outro. Qual? Turismo Cultural	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>					
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não (somente no Carnaval)			
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>					
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não			

<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não (Não há pessoas para suporte)	<input type="checkbox"/> Parcialmente
<b>Acesso a propriedade:</b>			
<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo:</b>			
<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo? Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>			
	<input type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input checked="" type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância
	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira	<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)	
		<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)	
		<input type="checkbox"/> Outro. Qual? Não se aplica	
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>			
<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input checked="" type="checkbox"/> Deficiência motora	<input type="checkbox"/> Sem acessibilidade	
<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input checked="" type="checkbox"/> Deficiência Intelectual		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial	
<b>Se parcial, porque?</b>			
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe

Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Há práticas sociais?</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input checked="" type="checkbox"/>			
Se sim, quais?								
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>								
	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu

## APÊNDICE O

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Cemitério dos Escravos					
<b>Bairro:</b> Centro					
<b>Endereço:</b> Não localizado.					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Permanece fechado.			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio e sem informações para agendamentos.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim		x Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão		Inverno x Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Esta localizado a 300 m do centro do município.					
<b>Propriedade:</b>		x Perímetro Urbano			
		Perímetro Rural			
<b>Descrição do Atrativo:</b> O Cemitério dos Escravos é um bem tombado do município, porém encontra-se em condições precárias pela degradação do tempo e falta de manutenção. O local estava fechado com cadeado e sem informações nas quais pudesse abri-lo para visitação. As fotos e observação foram realizadas por meio de um terreno vizinho que disponibilizava acesso pela cerca de arame ao redor do atrativo.					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		Lazer e entretenimento		Relaxamento <input type="checkbox"/> Ruralidade	
		Contato com a natureza		Gastronomia <input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
		x História e Cultura		Artesanato	
		Esporte de Aventura		Esportes Náuticos	
		Negócios		Esportes Aéreos	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		Aventura		Saúde e Beleza <input type="checkbox"/> Agro turismo	
		Ecológico		Aquático/Náutico <input type="checkbox"/> Pesca	
		Rural		Gastronômico x Outro. Qual? Turismo cultural e Gótico	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		Sim		x Não	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		Sim		x Não	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		Sim		x Não (Não há pessoas para suporte) <input type="checkbox"/> Parcialmente	
<b>Acesso a propriedade:</b> <input type="checkbox"/> Terra / Cascalho		<b>Estado de Conservação</b> <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Ruim			

<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado		Bom	<input checked="" type="checkbox"/> Médio		Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b> _____					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo: Estado de Conservação da via?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Difícil
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input type="checkbox"/> Fácil		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo? Qual estado da sinalização?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Boa		<input checked="" type="checkbox"/> Média		<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>					
	<input checked="" type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção		<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo		<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)		
	<input type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância		<input type="checkbox"/> Outro. Qual?		
	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira				
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>					
	<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)		<input type="checkbox"/> Deficiência motora		
	<input type="checkbox"/> Deficiência visual		<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual / Mental		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>					
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom		<input checked="" type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/> Bom		<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?					
<b>Há práticas sociais?</b>					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?					
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>					
	<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?					

<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/> Alto	<input checked="" type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Baixo	
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcialmente	<input checked="" type="checkbox"/> Não existiu

## APÊNDICE P

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Fazenda Pau D'algo					
<b>Bairro:</b> -					
Endereço: Rod. dos Tropeiros - 16286					
<b>Telefone:</b> 21 99715-8502			<b>Site:</b> Não existente.		
<b>Horário de Funcionamento:</b> Visita somente com agendamento prévio com horário agendado.				<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita	
<b>Forma de agendamento:</b> Visita somente com agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Período indicado para visitação:</b>		<input type="checkbox"/> Verão	<input type="checkbox"/> Inverno	<input checked="" type="checkbox"/> Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b>					
<b>Propriedade:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Urbano	<input type="checkbox"/> Perímetro Rural		
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Fazenda Pau D'algo está localizada na entrada de São José do Barreiro e possui 3 km do centro do município. Foi construída em 1818, pelo João Ferreira de Souza e pertencia até a época do tombamento (tombado como Patrimônio Nacional e Estadual em 1968), pela família Ayrosa.					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		<input type="checkbox"/> Lazer e entretenimento	<input type="checkbox"/> Relaxamento	<input type="checkbox"/> Rurality e	
		<input type="checkbox"/> Contato com a natureza	<input type="checkbox"/> Gastronomia	<input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
		<input checked="" type="checkbox"/> História e Cultura	<input type="checkbox"/> Artesanato		
		<input type="checkbox"/> Esporte de Aventura	<input type="checkbox"/> Esportes Náuticos		
		<input type="checkbox"/> Negócios	<input type="checkbox"/> Esportes Aéreos		
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		<input type="checkbox"/> Aventura	<input type="checkbox"/> Saúde e Beleza	<input type="checkbox"/> Agro turismo	
		<input type="checkbox"/> Ecológico	<input type="checkbox"/> Aquático/Náutico	<input type="checkbox"/> Pesca	
		<input type="checkbox"/> Rural	<input type="checkbox"/> Gastronômico	<input checked="" type="checkbox"/> Outro. Qual? Turismo Cultural	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		



<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/> Parcialmente
<b>Acesso a propriedade:</b>	<b>Estado de Conservação</b>		
<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Acesso ao atrativo:</b>	<b>Estado de Conservação da via?</b>		
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>	<b>Qual estado da sinalização?</b>		
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>	<input type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input checked="" type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância
	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira		<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)
			<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)
			<input type="checkbox"/> Outro. Qual? Não se aplica
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
<b>Para qual tipo de PCD?</b>	<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/> Sem acessibilidade
	<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual	
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>			
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe

Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim					<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
Se sim, quais?									
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/>	Alto	<input checked="" type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo			
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>									
	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input checked="" type="checkbox"/>	Parcialment e	<input type="checkbox"/>	Não existiu	

## APÊNDICE Q

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Feirinha de Formoso					
<b>Bairro:</b> Formoso					
<b>Endereço:</b> Praça Antônio Prado Júnior					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Primeiro domingo do mês			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim		x Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão		Inverno x Ano todo (uma vez por mês)	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Localizada no Centro do Município					
<b>Propriedade:</b>		x Perímetro Urbano			
		Perímetro Rural			
<p>Descrição do Atrativo:</p> <p>A Feirinha de Formoso acontece periodicamente em todos os primeiros domingos do mês, na praça do bairro de Formoso, a 9 km do centro de São José do Barreiro.</p> <p>É uma manifestação popular organizada pelos moradores locais nos quais vendem os produtos produzidos em suas residências e fazendas, como frutas, doces, artesanatos, entre outros. Organizado pelos moradores, no período da manhã há a venda de produtos locais, estimulando o cooperativismo e ruralidade e no período da noite acontecem atividades culturais, como shows com bandas locais e barracas típicas.</p>					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x Lazer e entretenimento		Relaxamento x Ruralidade	
				x Gastronomia <input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
		História e Cultura		x Artesanato	
		Esporte de Aventura		Esportes Náuticos	
		x Negócios		Esportes Aéreos	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		Aventura		Saúde e Beleza <input type="checkbox"/> Agro turismo	
		Ecológico		Aquático/Náutico <input type="checkbox"/> Pesca	
		Rural		x Gastronômico <input type="checkbox"/> Outro. Qual?	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		Sim		x Não (somente no primeiro domingo do mês)	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		Sim		x Não	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		Sim		Não <input type="checkbox"/> Parcialmente <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			

<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho		Bom	Médio	Ruim	
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	x	Bom	Médio	Ruim	
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>					
	<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	
<b>Acesso ao atrativo: Estado de Conservação da via?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	x	Fácil	Regular	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	x	Fácil	Regular	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	x	Fácil	Regular	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	x	Fácil	Regular	Difícil	
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	x	Fácil	Regular	Difícil	
<b>Existe sinalização no atrativo? Qual estado da sinalização?</b>					
<input checked="" type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim		Boa	Média	Ruim	
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>					
		Placa indicativa de Direção		Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)	
		Placa de Indicação do atrativo		Placa Informações animais (Placa com condições ruins)	
		Placa Indicativa de Distância	x	Outro. Qual? Não se aplica	
		Placa de informações língua estrangeira			
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>					
	x	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
<b>Para qual tipo de PCD?</b>					
		Deficiência auditiva (e com cautela)	<input checked="" type="checkbox"/>	Deficiência motora	<input type="checkbox"/> Sem acessibilidade
		Deficiência visual	<input checked="" type="checkbox"/>	Deficiência Intelectual	
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>					
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>					
Banheiros		Bom	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	Se sim: <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Água potável		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	x	Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	x	Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento		Bom		Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	x	Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Loja de Souvenirs/Vendedores		Bom		Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>					
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
Se sim, quais?					
<b>Há práticas sociais?</b>					
	<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	
Se sim, quais? Convívio entre os moradores e cooperativismo.					
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>					
		Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não	

Se sim, quais?								
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialmente	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu

## APÊNDICE R

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Igreja Matriz de São José					
<b>Bairro:</b> Centro					
<b>Endereço:</b> Praça Cel. Cunha Lara					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Normalmente nos horários de missa.				<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita	
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim	x	Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão	Inverno	x	Ano todo
<b>Distância do Centro do município (km):</b> Localizada no Centro do Município					
<b>Propriedade:</b>		x	Perímetro Urbano		
			Perímetro Rural		
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Igreja Matriz de São José do Barreiro está localizada na praça principal do município e foi construída em 1865, pelo Cel. João Ferreira de Souza. Possui arquitetura neoclássica e toda a estrutura é ladeada de pedras e em suas capelas há restos mortais dos fundadores Cel. João Ferreira de Souza, de sua esposa D. Maria Rosa de Jesus e do Cônego Benedito Gomes França (Sr. Vigário).					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>			Lazer e entretenimento		Relaxamento
			Contato com a natureza		Gastronomia
		x	História e Cultura		Artesanato
			Esporte de Aventura		Esportes Náuticos
			Negócios		Esportes Aéreos
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>			Aventura		Saúde e Beleza
			Ecológico		Aquático/Náutico
			Rural		Gastronômico
				x	Agro turismo
					Pesca
					Outro. Qual?
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>			Sim	x	Não (somente nos horários de missa)
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>			Sim	x	Não

<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/> Parcialmente
<b>Acesso a propriedade:</b>	<b>Estado de Conservação</b>		
<input type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Acesso ao atrativo:</b>	<b>Estado de Conservação da via?</b>		
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>	<b>Qual estado da sinalização?</b>		
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>	<input type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input checked="" type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância
	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira	<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão) <input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins) <input type="checkbox"/> Outro. Qual? Não se aplica	
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Para qual tipo de PCD?</b>	<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input checked="" type="checkbox"/> Deficiência motora	<input type="checkbox"/> Sem acessibilidade
	<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input checked="" type="checkbox"/> Deficiência Intelectual	
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>			
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe

Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Há práticas sociais?</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais? Projetos sociais na comunidade e grupos de oração.								
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não				
Se sim, quais?								
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baixo		
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>								
	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu



## APÊNDICE S

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Lagoa da Siriema					
<b>Bairro:</b> -					
<b>Endereço:</b> Rod. dos Tropeiros, 20085					
<b>Telefone:</b> (12) 3117-1399		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Finais de semana.				<b>Valor aplicado:</b> Valores dos atrativos disponível no local.	
<b>Forma de agendamento:</b> Para passeios com grupos, necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim		x Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão		Inverno x Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> 6,5 km					
<b>Propriedade:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Perímetro Urbano			
		<input type="checkbox"/> Perímetro Rural			
<b>Descrição do Atrativo:</b> A Lagoa da Siriema é um espaço de lazer voltado ao turismo náutico e de aventura, proporcionando aos visitantes a possibilidade de passeios de lanchas e caiaque na Represa do Funil, além de possuir excelente infraestrutura turística com guias locais para orientar sobre os passeios, água potável, energia elétrica, estacionamento, lixeiras, piscinas, restaurante e banheiros.					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Lazer e entretenimento		<input checked="" type="checkbox"/> Relaxamento	
		<input checked="" type="checkbox"/> Contato com a natureza		<input checked="" type="checkbox"/> Gastronomia	
		História e Cultura		<input type="checkbox"/> Artesanato	
		<input checked="" type="checkbox"/> Esporte de Aventura		<input checked="" type="checkbox"/> Esportes Náuticos	
		Negócios		<input type="checkbox"/> Esportes Aéreos	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Aventura		<input type="checkbox"/> Saúde e Beleza	
		<input checked="" type="checkbox"/> Ecológico		<input checked="" type="checkbox"/> Aquático/Náutico	
		Rural		<input type="checkbox"/> Gastronômico	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não (somente aos finais de semana)	
		<input type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/> Não	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
				<input type="checkbox"/> Parcialmente	
<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			

<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo: Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<input checked="" type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil
<b>Existe sinalização no atrativo? Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input checked="" type="checkbox"/> Ruim
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>			
<input type="checkbox"/>	Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/>	Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)
<input type="checkbox"/>	Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/>	Placa Informações animais (Placa com condições ruins)
<input type="checkbox"/>	Placa Indicativa de Distância	<input checked="" type="checkbox"/>	Outro. Qual? Não se aplica
<input type="checkbox"/>	Placa de informações língua estrangeira	<input type="checkbox"/>	
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>			
<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/>	Sem acessibilidade
<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>			
<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input checked="" type="checkbox"/>	Parcial
<b>Se parcial, porque?</b>			
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/> Não	Se sim:
Banheiros	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Água potável	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Energia Elétrica	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Lixeiras	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Estacionamento	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Não Existe
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Não Existe
<b>Há práticas sustentáveis?</b>			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?			
<b>Há práticas sociais?</b>			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
Se sim, quais?			
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		

Se sim, quais?								
Nível de atratividade pela beleza e conservação:	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo		
Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?	<input checked="" type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input type="checkbox"/>	Não existiu

## APÊNDICE T

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Parque Nacional da Serra da Bocaina					
<b>Bairro:</b> Bocaina					
<b>Endereço:</b> Serra da Bocaina (O endereço mais próximo identificado e encontrado).					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	x	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		<input type="checkbox"/> Verão	<input type="checkbox"/> Inverno	x	<input type="checkbox"/> Ano todo
<b>Distância do Centro do município (km):</b> 29,7 km					
<b>Propriedade:</b>		<input type="checkbox"/> Perímetro Urbano			
		x <input type="checkbox"/> Perímetro Rural			
<b>Descrição do Atrativo:</b> Cerca de 29,7 km do centro de São José do Barreiro, com divisa entre os estados São Paulo e Rio de Janeiro e a Serra do Mar, os visitantes podem conhecer o Parque Nacional da Serra da Bocaina, composto com inúmeros atrativos naturais e voltados para aqueles que gostam do turismo de aventura e ecoturismo. É composto por 104 mil hectares, sendo umas das maiores regiões protegidas da Mata Atlântica. Segundo o ICBio (2016), o local “por se estender desde altitudes superiores a 2.000m, apresenta paisagens diversificadas e grande riqueza de fauna e flora, incluindo espécies endêmicas e ameaçadas de extinção”.					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		x <input type="checkbox"/>	Lazer e entretenimento	x <input type="checkbox"/>	Relaxamento
		x <input type="checkbox"/>	Contato com a natureza	<input type="checkbox"/>	Gastronomia
		<input type="checkbox"/>	História e Cultura	<input type="checkbox"/>	Artesanato
		x <input type="checkbox"/>	Esporte de Aventura	<input type="checkbox"/>	Esportes Náuticos
		<input type="checkbox"/>	Negócios	x <input type="checkbox"/>	Esportes Aéreos
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		x <input type="checkbox"/>	Aventura	<input type="checkbox"/>	Saúde e Beleza
		x <input type="checkbox"/>	Ecológico	<input type="checkbox"/>	Aquático/Náutico
		x <input type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>	Gastronômico
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x <input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/> Não	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	x	<input type="checkbox"/> Não
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		<input type="checkbox"/>	Sim	x	<input type="checkbox"/> Não
					<input type="checkbox"/> Parcialmente

<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b>					
		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo:</b>		<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>		<b>Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Média	<input checked="" type="checkbox"/> Ruim	
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)		
		<input type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)		
		<input type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/> Outro. Qual?		
		<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira			
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/> Sem acessibilidade	
		<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial	
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		<input checked="" type="checkbox"/> Sim, na Sede do Parque	<input type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>	
Banheiros	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Água potável	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Energia Elétrica	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Lixeiras	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Estacionamento	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Não Existe	
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
<b>Há práticas sustentáveis?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		

Se sim, quais?			
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
Se sim, quais?			
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
Se sim, quais? Práticas ecológicas e trabalho de preservação ambiental.			
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Baixo
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcialment e <input type="checkbox"/> Não existiu

## APÊNDICE U

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS					
<b>Nome do atrativo:</b> Represa do Funil					
<b>Bairro:</b> -					
<b>Endereço:</b> Estrada dos Tropeiros					
<b>Telefone:</b> Não existente		<b>Site:</b> Não existente.			
<b>Horário de Funcionamento:</b> Sempre aberto			<b>Valor aplicado:</b> Atração gratuita		
<b>Forma de agendamento:</b> Sem necessidade de agendamento prévio.					
<b>Há registro de visitação?</b>		Sim		x Não	
<b>Período indicado para visitação:</b>		Verão		Inverno x Ano todo	
<b>Distância do Centro do município (km):</b> 5 km					
<b>Propriedade:</b>		Perímetro Urbano			
		x Perímetro Rural			
<b>Descrição do Atrativo:</b>					
<p>Localizada a 6 km do centro de São José do Barreiro, a Represa do Funil, é uma excelente opção para os amantes da pesca e dos esportes náuticos. Devida a sua extensão territorial, abriga inúmeras espécies de peixes e flora diversificada. Ao redor do atrativo, há vários hotéis, pousadas, restaurantes e uma Vila de pescadores.</p>					
<b>Atividades possíveis a serem encontradas?</b>		Lazer e entretenimento		Relaxamento	
		x Contato com a natureza		Gastronomia	
		História e Cultura		Artesanato	
		x Esporte de Aventura		Esportes Náuticos	
		Negócios		Esportes Aéreos	
				Ruralidade e	
				Outro. Qual?	
<b>Qual tipo de Turismo é praticado no atrativo?</b>		x Aventura		Saúde e Beleza	
		Ecológico		Aquático/Náutico	
		Rural		Gastronômico	
				Agro turismo	
				Pesca	
				Outro. Qual?	
<b>O atrativo esta aberto regularmente para atendimento ao público?</b>		x Sim		Não	
<b>Há guias turísticos e/ou alguém para disponibilizar informações no local?</b>		Sim		x Não	
<b>Os atendentes tinham informações técnicas/ históricas suficientes sobre o atrativo?</b>		Sim		x Não	
				Parcialmente	

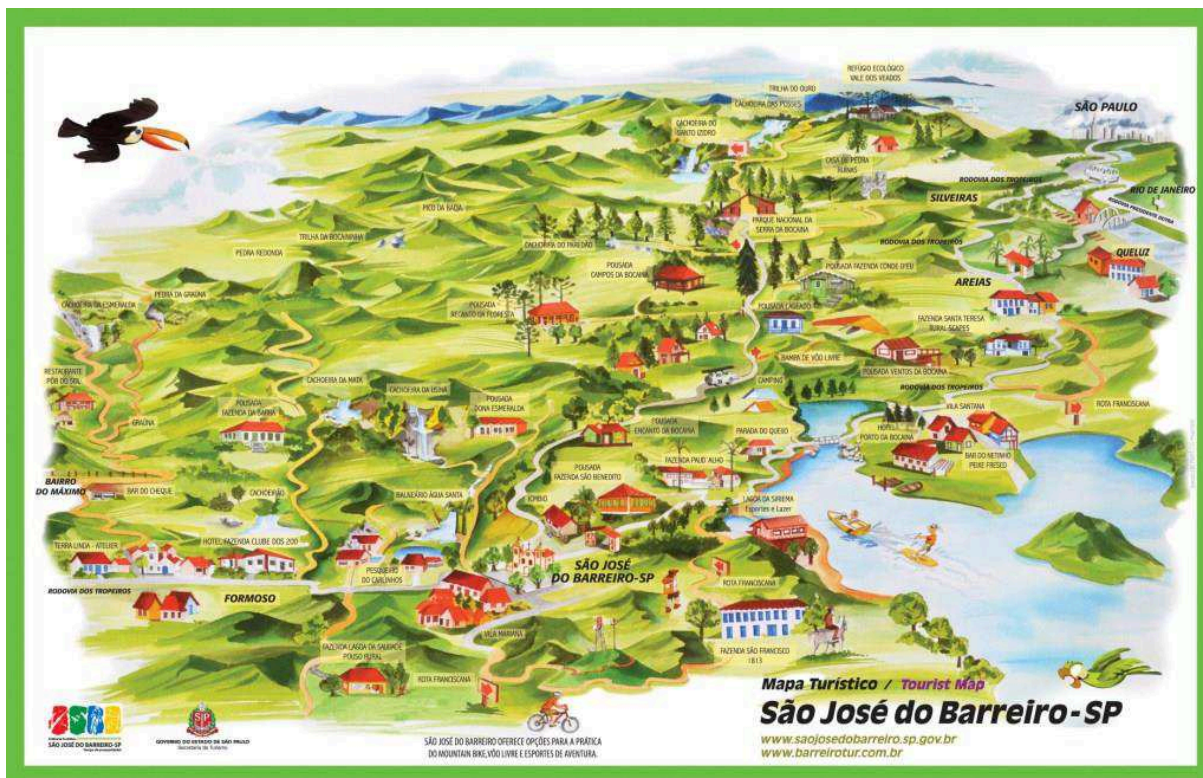
<b>Acesso a propriedade:</b>		<b>Estado de Conservação</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Terra / Cascalho	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<input checked="" type="checkbox"/> Asfalto / Pavimentado	<input checked="" type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Médio	<input type="checkbox"/> Ruim		
<b>Há algum tipo de transporte urbano que leve ao atrativo? Se sim, qual?</b> _____					
		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Acesso ao atrativo:</b>		<b>Estado de Conservação da via?</b>			
<input type="checkbox"/> A pé/ trilha	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Bicicleta	<input type="checkbox"/> Fácil	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Moto	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input checked="" type="checkbox"/> Carro	<input checked="" type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van	<input type="checkbox"/> Fácil	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Difícil		
<b>Existe sinalização no atrativo?</b>		<b>Qual estado da sinalização?</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		<input type="checkbox"/> Boa	<input checked="" type="checkbox"/> Média	<input type="checkbox"/> Ruim	
<b>Tipos de sinalização no atrativo:</b>		<input type="checkbox"/> Placa indicativa de Direção	<input checked="" type="checkbox"/> Placa de Indicação do atrativo	<input type="checkbox"/> Placa Indicativa de Distância	<input type="checkbox"/> Placa de informações língua estrangeira
				<input type="checkbox"/> Placa Informações destino de lixos (ruim e caída no chão)	<input type="checkbox"/> Placa Informações animais (Placa com condições ruins)
				<input type="checkbox"/> Outro.	<input type="checkbox"/> Qual?
<b>Há acessibilidade a PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
<b>Para qual tipo de PCD?</b>		<input type="checkbox"/> Deficiência auditiva (e com cautela)	<input type="checkbox"/> Deficiência motora	<input checked="" type="checkbox"/> Sem acessibilidade	
		<input type="checkbox"/> Deficiência visual	<input type="checkbox"/> Deficiência Intelectual		
<b>Há algum aspecto de segurança?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Parcial	
<b>Se parcial, porque?</b>					
<b>Há infraestrutura de apoio turístico?</b>		<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<b>Se sim:</b>	
Banheiros	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Água potável	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Energia Elétrica	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Lixeiras	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Estacionamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Restaurante/ bar / lanchonetes	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Posto de Informações turísticas	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Segurança/ policiamento	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	
Atendimento de emergência	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Não Existe	



Loja de Souvenirs/Vendedores	<input type="checkbox"/>	Bom	<input type="checkbox"/>	Ruim	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Não Existe	
<b>Há práticas sustentáveis?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Há práticas sociais?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim	<input checked="" type="checkbox"/>	Não					
Se sim, quais?									
<b>Existe algum trabalho de conservação turística e ambiental?</b>	<input type="checkbox"/>	Sim					<input checked="" type="checkbox"/>	Não	
Se sim, quais?									
<b>Nível de atratividade pela beleza e conservação:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Médio	<input type="checkbox"/>	Baixo			
<b>Caso tenha tido algum tipo de atendimento, o atendente foi cordial?</b>									
	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	Parcialment e	<input checked="" type="checkbox"/>	Não existiu	

## APÊNDICE V

Mapa Turístico de São José do Barreiro



Fonte: BARREIRO, 2016

## APÊNDICE X

### **Tema 1 - Caracterização do entrevistado: trajetória profissional, qualificação e envolvimento com o turismo.**

#### **Questão 1: Qual a sua trajetória profissional?**

Resposta do entrevistado: Além de dar aula no Estado como professor de Educação Física e também fui na época Secretário de Cultura, aqui em São José do Barreiro. Depois eu fui Secretário de Esportes, durante um período, e foi justamente nesse período que eu acabei entrando na área de turismo. Porque é, eu sempre gostei de acampar, fazer caminhadas, e tal (sic), e as minhas férias eram na praia de Mambucaba em Angra dos Reis. E pra ir pra lá nós utilizávamos a Trilha do Ouro, que é essa travessia do Parque Nacional da Bocaina, então iam dois adolescentes pra lá em todo mês de Janeiro, eu e meu irmão, não tanto pela trilha, mas sim pela praia (risos). Na época meu interesse era chegar na praia e a Trilha do Ouro era no caminho mais rápido e mais barato para dois adolescentes duros e aí nós íamos pra lá. E nisso o prefeito, depois quando eu comecei a trabalhar na prefeitura, o prefeito ficou sabendo e todo mundo sabia que a gente ia, passava as férias na praia e que a gente ia caminhando pela Trilha do Ouro. Aí quando eu já tinha me formado, trabalhando na prefeitura, chegou um casal no ano de 1992, 1990 a 90 a 91, eles vieram para São José do Barreiro, que eles estavam escrevendo um livro sobre as Trilhas do Brasil para lançar na Eco 92. E aí eles chegaram em São José do Barreiro querendo uma pessoa que pudesse levá-los até Mambucaba pela Trilha do Ouro, que eles queriam colocar essa trilha dentro do livro deles, chamava Guia de Trilhas Brasileiras. E aí o prefeito chegou e falou olha, você conhece, se poderia, levá-los lá? Eu falei, lógico, e fui com eles. E acabou que nós nos tornamos amigos. Na realidade eles eram pessoas financiadas pela Organização *Ashoka*, que é uma organização Norte Americana que financia projetos na área de meio ambiente. E o objetivo do projeto dele era conhecer lugares com potencial de ecoturismo e pessoas que poderiam trabalhar como guias locais e aí então ele me convidou a participar do projeto, e eu aceitei. Então durante três anos eles me treinaram como guia de ecoturismo, ensinaram desde primeiros socorros, técnicas de condução de grupo, como que limpa uma trilha, como que abre uma trilha, como que mantém uma trilha, como que trabalha com pessoas numa trilha,

levar pessoas pro meio ambiente tudo, e esse senhor o José Antonio Bacchi, ele também era professor de turismo ambiental do Senac, ele era um dos professores lá do Senac. E durante três anos então, eu comecei a aprender, na época só vinham estrangeiros pra cá, poucos brasileiros faziam as trilhas, ele começava a trazer grupos pra cá, e ai então, eu fui fazendo curso e ai quando eu terminei o curso, ele já me habilitou a trabalhar com o turismo, como guia de ecoturismo. Na época, todas a tecnologia que eles me ensinaram era canadense, era, se embasaram em projetos que já aconteciam no Canadá e ai, eu passei a trabalhar com isso, e eu chamei um primo, chamado Enio Winter e nós montamos então a Magalhães Winter *Trekking*, que é a MW *Trekking* (risos). Isso, início, final de 92 e início de 93 e ai nós demos entrada no processo de registro de uma agência, eu procurei o Sebrae, né (sic), ai eles acharam, eles que nos indicaram a abrir uma agência de turismo especializada em receptivo na área de ecoturismo. Então, nós demos entrada no processo, mas só que meu futuro sócio, chegou no Carnaval de 93, ele conheceu uma menina de Curitiba e acabou indo morar em Curitiba, na quarta-feira de Cinzas(risos), e eu fiquei sem sócio. Daí eu chamei meu pai, e ai então nós abrimos realmente a MW *Trekking*, como o Winter não fazia mais parte da sociedade, na hora de registrar, o contador falou agora eu preciso saber o que significa o W, eu falei, poxa (sic), eu não vou mais poder colocar o Winter porque é o sobrenome do meu primo, ele já não esta mais aqui e ai fiquei pensando, pensando deu aquele branco geral e falei caramba (sic), ai veio a palavra *wonderful*, é a única palavra com W que apareceu (risos) naquele momento, eu falei: toca ai, Milton Wonderful *Trekking* Vagens e Turismo, eu não conto essa história para ninguém. E ai então ficou Milton Wonderful *Trekking* Vagens e Turismo, MW *Trekking*, que a gente já estava fazendo um trabalho, então o nome já estava ficando conhecido e eu não queria perder esse nome. E ai então, em novembro de 1993, eu abri a primeira agencia de turismo aqui na região, aqui do Vale Histórico e começamos a trabalhar oficialmente. E ai estamos ai em atividade até hoje. A MW *Trekking* está em atividade até hoje. E ai, logo em seguida, eu entreguei no curso de Guia da Embratur, daí eu fiz o curso de guia e hoje, eu sou Guia Internacional de Turismo, tenho Cadastur, a MW *Trekking* também tem o Cadastur, então a gente está totalmente legalizado e eu fui para a Inglaterra, pra fazer um curso, é de *Leadership Training, Mountain Leadership Training*, e ai fiquei, é, numa Instituição chamada *The Outward Bound Trust*, na região chamada *Ullswater* no *Lake District* na Inglaterra, e lá

eu fiz os cursos de como ser líder de montanha, não, não na parte de escalada, mais voltado para a parte de *Trekking* e *mountain bike*, que era aonde eu queria me especializar. Na época não andava muito de bicicleta, apanhei bastante (risos), mas a parte de *Trekking* foi bem legal, então, é, foram várias, várias idas minhas pra lá né (sic), durante alguns anos, eu fazia os cursos, mais voltados para esses tópicos, e ai, eu consegui concluir e ai me especializei em *Trekking* e *Mountain bike*. Eu procurei aprimorar mesmo e trabalhar só nisso. E ai continuei na área de educação física até 98, aí em 98 eu sai da parte de educação física e foquei na, só mesmo no turismo. Então, só trabalhei na *MW Trekking*.

### **Questão 2 - Qual a sua formação?**

Resposta do entrevistado: Eu sou formado em Educação Física, então a especialização em Educação Física Infantil – Recreação.

### **Questão 3 - De que forma está/esteve envolvido ao turismo do município?**

Resposta do entrevistado: Em novembro de 1993, eu abri a primeira agencia de turismo aqui na região, aqui do Vale Histórico e começamos a trabalhar oficialmente. E ai estamos ai em atividade até hoje. A *MW Trekking* está em atividade até hoje. E ai, logo em seguida, eu entregue no curso de Guia da Embratur, daí eu fiz o curso de guia e hoje, eu sou Guia Internacional de Turismo, tenho Cadastur, a *MW Trekking* também tem o Cadastur, então a gente está totalmente legalizado e eu fui para a Inglaterra, pra fazer um curso, é de *Leadership Training, Mountain Leadership Training*, e ai fiquei, é, numa Instituição chamada *The Outward Bound Trust*, na região chamada *Ullswater* no *Lake District* na Inglaterra, e lá eu fiz os cursos de como ser líder de montanha, não, não na parte de escalada, mais voltado para a parte de *Trekking* e *mountain bike*, que era aonde eu queria me especializar. Na época não andava muito de bicicleta, apanhei bastante (risos), mas a parte de *Trekking* foi bem legal, então, é, foram várias, várias idas minhas pra lá né (sic), durante alguns anos, eu fazia os cursos, mais voltados para esses tópicos, e ai, eu consegui concluir e ai me especializei em *Trekking* e *Mountain bike*. Eu procurei aprimorar mesmo e trabalhar só nisso. E ai continuei na área de educação física até 98, aí em 98 eu sai da parte de educação física e foquei na, só mesmo no turismo. Então, só trabalhei na *MW Trekking*.

## Tema 2 – Município como Estância Turística

### Questão 4 - Como foi o processo para o município tornar-se uma Estância Turística?

Resposta do entrevistado: Daí depois acabei virando vereador, Vice-prefeito, ai como Vice-prefeito eu me tornei Secretário de Turismo, e ai como Secretário de Turismo, é, numa das reuniões que nós tivemos ai, ouvi dizer em uma tal de Estância Turística, eu nunca tinha ouvido falar nesse termo, por incrível que pareça. Daí fui procurar saber, o que é isso, Estância Turística, daí fiquei sabendo que era um recurso que o governo do estado dava a para algumas cidades que tinha potencial turístico pra montar estrutura turística do município, daí fiquei *super* entusiasmado com isso, e falei ah (sic), vou trabalhar para São José do Barreiro, na época acho que era quarenta municípios no estado, e ai então, eu comecei a buscar, e fui para São Paulo, tirei foto de todos os atrativos turísticos de São José do Barreiro, montei um boneco e fui para São Paulo, mostrar lá na época, era o Departamento de Apoio as Estâncias Turísticas, o Dade e estava vinculado a Secretaria de Planejamento na época, não estava nem na Secretaria de Turismo ainda, e lá encontrei uma senhora chamada Dra Riroi, uma pessoa assim, que merece todo o nosso carinho, atenção e agradecimento, foi ela que, que abriu as portas da Secretaria de Turismo para nós. A princípio não, eu cheguei, pedi uma audiência com ela e disse olha aqui o meu município e eu trouxe um projeto para transformar ele em Estância (preencheu o formulário enorme, com quatrocentas páginas), daí ela olhou e falou assim: Secretário, isso aqui está um lixo! (risos) Ai falei nossa!! Aquilo não vai passar nunca aqui (risos). Daí eu quase chorei, daí olhei para ela e falei assim: então me ajuda. Daí falei para ela então a senhora me ajuda porque minha cidade é muito pequena e ela precisa se tornar Estância. Lá tem um potencial maravilhoso e ninguém conhece, daí ela, acho que ela gostou de mim, que eu fui muito humilde naquele momento lá e pedi ajuda pra ela, daí ela falou assim, olha, então você volta semana que vem. Daí eu fui semana que vem, na outra semana, ai ela abriu o projeto todo e me explicou o que eu teria que fazer. Ai eu vim, montei do jeito que ela quis, fui, ela olhou e: não ta bom, volta e faz de novo! Voltei, montei novamente, fiz do jeito que ela, levei para ela, falou assim: tá horrível, volta e faz de novo isso, isso, isso. Demorou quase um ano, quase um ano é, eu me lembro que a

gente tinha visto outras profissionais da área de turismo pra pode fazer, mas eles cobravam um valor que o município não tinha como fazer na época, então falei, bom, vai ter que ser meio na raça mesmo e eu vou fazer isso, eu botei isso na cabeça, e eu comecei a ir a cada duas semana direto pra lá, tanto é que os porteiros já me chamavam por nome e tudo mundo já me conhecia e eu comecei a ir, e ai acabei virando amigo dela, fiquei assim, extremamente feliz que ela, ela realmente nos ajudou e depois de um ano ela falou, bom, agora tá bom, agora tá bom! E eu falei bom, qual o próximo passo, ela falou assim: o próximo passo é você levar isso pra algum deputado. Pra um deputado entrar na Assembleia, e ai a Assembleia que vai pedir um parecer do Dade, porque geralmente o pessoal faz, leva primeiro para um deputado daí o deputado manda pro Dade, daí o Dade olha, tá um lixo, não pode, não dá e devolve e ai acaba não virando. Eu fiz ao contrário, eu fui primeiro lá no órgão que analisa, ai a hora que ficou redondinho, ai nós fomos no deputado. Mas pra isso eu fui primeiro no vice governador na época que era Geraldo Alkimim, Geraldo Alkimim é daqui de Pindamonhangaba, ele era amigo de minha família, porque a primeira vez que ele saiu a candidato como deputado estadual, minha família é a que montou o MDV na época aqui pra ele, meu pai era presidente, então ele vinha aqui, almoçava na minha casa, a gente ia no sítio dele em Pindamonhangaba nas reuniões, eu lembro dos filhos deles desde que eram pequenininhos. Já tinha uma certa abertura. E ai nos ajudou, eu cheguei nele e falei: vice governador, eu preciso que você indique um deputado, para que possa entrar com esse projeto e que esse projeto seja aprovado. E ai ele me indicou o deputado Clóves Volp que era presidente da Assembleia Legislativa e líder do PSDB na Câmara, e eu fui lá, conversei com o deputado Clóves Volp e falei assim: olha, eu não vou entrar com um projeto de uma cidade que não conheço, então o senhor está convidado a passar o final de semana em São José do Barreiro e ele veio, e ai comecei a passear com ele por aqui. Ele veio, se hospedou em São José do Barreiro, e eu passei com ele por aqui no distrito da cidade e ele ficou encantado com a cachoeira, com as cachoeiras e com tudo, sabe, e ele gostou. Daí ele entrou com o projeto. E o projeto teve a tramitação dele lá, mais ou menos uns seis meses e daí no segundo ano, desde o início desse processo, em Dezembro de 1998, Mario Covas sancionou a Lei e transformou São José do Barreiro em Estância Turística. E ai foi uns dos dias mais felizes da minha vida. E deu trabalho, nossa. O que eu tirei de fotografia, eu mesmo fiz todas as fotos. Eu mesmo digitei todas as

páginas. Eu tinha uma equipizinha (sic) que me ajudava, nós fizemos tudo, fizemos análise até de ar aqui da cidade, do ar da cidade; de todos os pontos de banho pra ver se estava dentro do índice de balneabilidade, foi um trabalho bem complexo e deu certo, então ai a cidade virou Estância Turística, mas ai acabou meu mandato né (sic), acabou meu período, e ai eu sai da prefeitura em 98. E ai eu fiquei fora durante muito tempo, praticamente dez anos. Eu me afastei e fiquei só cuidando da MW *Trekking*, ai no ano 2000, o meu pai enfartou, ele era sócio da MW, ai ele não podia mais, ele era pecuarista, não podia mais trabalhar com produção rural, daí nós vendemos a fazenda e construímos uma pousada no sítio lá na Serra da Bocaina, que a minha mãe recebeu de herança dos meus avós. E ai construímos a pousada e ai passamos a ter a pousada. E ai a pousada virou a base da MW *Trekking* em todos os roteiros. Nesse inteire entre a minha saída da prefeitura e a construção da pousada eu mudei para a Inglaterra, ai morei uma temporada lá onde eu procurei focar bastante nessa questão de observar como, o que que os europeus gostariam de ver no país pra começar a trazer. E ai eu comecei a desenvolver várias parcerias lá e ai até hoje a gente trabalha com muitos estrangeiros, principalmente europeus, né (sic), ingleses, alemães e franceses e graças a esses contatos que fiz lá. Eu morei em Londres também, hoje a MW *Trekking* tem um roteiro em Londres, que a gente leva pessoas que nunca viajaram para fora do Brasil, que querem ter uma experiência internacional, a gente leva as pessoas. A gente passa doze dias em Londres, mas só em Londres. A gente leva quanto recebe pessoas pra cá. E ai, a partir do momento que morei lá, eu passei a ir todo ano, ai eu estudava um pouco e fazia meus contatos e trabalhava, já que a gente já ia para o roteiro, ficava uma semana a mais e tentava ampliar ainda mais esses conatos. Eu ia lá, pegava os jornais, as revistas de agências que estavam divulgando roteiros ao redor do mundo e visitava as agências procurando fechar uma parceria. Temos que buscar as oportunidades onde elas estão, né (sic) e eu vi uma oportunidade grande, todo mundo que falava de Brasil, eles pensavam: Amazônia e Rio de Janeiro. Peraí (sic), nós temos um lugar maravilhoso que fica do lado do aeroporto do Rio, do lado aeroporto de São Paulo, um Parque Nacional enorme, então ai putz (sic), foi só mostrar que o pessoal começou a fechar roteiros com a gente. Tem grupos que saem de lá, vem pra cá só para fazer oito dias de caminhada comigo e voltam, eles passam dois dias no Rio, mas o objetivo deles é fazer. A quantidade de pessoas é uma média de 300 a 400 pessoas por ano, estrangeiros, só a MW *Trekking*,



o município muito mais. Se a gente for ver os estrangeiros em geral, vem muitas pessoas pra cá, para o Parque nacional, para os hotéis. E ai então, quando foi em 2008, eu recebi uma proposta de vir a ser o vice-prefeito novamente, seria minha segunda experiência como vice-prefeito e Secretário de Turismo. Ai eu montei um projeto de turismo para São José do Barreiro que realmente iria fazer a cidade acontecer, porque todo mundo fala ah! que São José do Barreiro não vai pra frente, porque não tem estrutura, mas daí eu pergunto, qual o empresário que vem investir numa cidade que ele não vai ganhar dinheiro? Nunca a estrutura vai vir antes da demanda, nunca! Ai se a gente encher de turista aqui, o pessoal vai sair insatisfeito, a primeira leva pode até ser, mas a segunda, a terceira vai encontrar cada vez mais estrutura, porque? Porque se você fizer a iniciativa privada acreditar que aquilo ali veio pra ficar, eles investem.

Em 2008, nesse meio período entre 2005 a 2008, eu fui convidado a ser Instrutor de Turismo Rural no Senar, ai eu entrei no Senar e passei a ser Instrutor lá, mas a gente fazia mais um serviço de consultoria. Então de São José dos Campos até Bananal, eu praticamente dei aula em todas essas cidades. Foi muito interessante, pois ai pude perceber o que as outras cidades tinham e como é o turismo rural, o ecoturismo, tudo acontece ali né (sic), então eu trouxe toda essa experiência e fui mostrando para o produtor rural o que ele pode fazer dentro da propriedade dele, basicamente meu trabalho era isso: orientar as trilhas que ele poderia abrir, se ele poderia começar com camping ou com restaurante com alguma coisa nesse sentido, então de 2005 a 2008, eu dei aula como, milhares de propriedades rurais de São José dos Campos até Bananal, inclusive aqui em São José do Barreiro. E eu gostei muito, eu pude observar o potencial turístico das outras cidades, porque lá, eles tinham que me mostrar o que a cidade me oferecia para eu poder propor as ações que os produtores rurais poderiam fazer pra melhorar a sua, pra agregar valor na sua propriedade e melhorar a renda família. E ai eu fui vendo, puxa, São José do Barreiro ta a frente, nossa, tem potencial muito maior que as outras cidades. Ninguém tinha tanta coisa, a gente tinha a história, a natureza, mas da natureza a gente tem tanto a parte de cachoeiras, quanto montanhas. Então, tem uma parte de mata totalmente preservada, é um diferencial que não achei nos outros municípios. Alguns são muito similares, tipo, Cunha, mas aqui em atrativo natural a gente em mais do que lá. Lá tem muita coisa, muita estrutura já, a estrutura deles é muito maior que a nossa, mas em atrativos, a

gente tem mais atrativos, o que a gente não está fazendo é explorar os atrativos. Ai então, eu comecei a já pensar em como a gente fazer de repente, unir tudo isso. E ai em 2008 fui convidado a ser vice-prefeito novamente, ai eu aceitei, mediante a proposta de montar um projeto turístico e fazer com que São José do barreiro acontecesse daí eu entrei de cabeça nisso. Infelizmente não era uma coisa muito séria, eles estavam precisando do meu nome para ganhar uma eleição e três meses depois, a hora que percebi o que que era, não deu certo, ai fui colocado a parte da gestão, ai me afastei. Foi uma fase muito triste da minha vida, não foi uma fase muito legal essa. Só que ai o que aconteceu foi que o gestor da época ele veio a falecer num acidente de carro, e eu tava em Londres com um grupo e de repente chegou uma mensagem assim: volte imediatamente que o prefeito morreu, e eu como uma vez prefeito, cheguei a pensar em renunciar, mas as pessoas não, você fica, vai ficar até o final do mandato, alguma coisa pode acontecer e acabou acontecendo mesmo, Eu até preferiria que ele tivesse terminado o mandato dele e deixado em paz. No começo eu fiquei triste, depois falei ah! (sic), o que tem que ser, tem que ser, se não era pra ser, não era para mim ser. Então me contentei e vou continuar trabalhando na MW, na pousada, então tava tudo certo. Ai acabou que virei prefeito e ai cheguei aqui, um caos, a cidade devendo, sem credito. Foi os anos mais difíceis da minha vida 2012 e 2013, com muita dificuldade e eu assim né (sic), eu querendo dar esse véis turístico pra cidade, bom, agora tenho a oportunidade, mas não tinha tempo e não conseguia focar no turismo. Eu acabei ficando seis meses sem conseguir ir em casa, lá na pousada da Bocaina, eu trabalhava até final de semana pra eu poder estruturar tudo, organizar tudo pra começar a andar novamente, não tinha nem certidão, devendo 18 milhões de reais, folha de pagamento atrasada, e os setores aqui dentro, totalmente não operacionais, foi muito complicado, uma equipe que não me ajudava. Daí o que eu fiz, mudei a equipe toda, tirei a equipe do ex-prefeito, espalhei eles por outros setores, agradei, falei: bom, agora é outra história, vou começar o meu mandato de fato, fazer o que tenho que fazer, é um ano só, vamos lá! E ai comecei a me empenhar nisso, mandei, chamei algumas pessoas, mandei eles para São Paulo para fazer cursos, preparei uma equipe e ai passou 2012 e eu acabei virando candidato, toda mudança, esta começando a mudar, então você vai ficar, sai a candidato, ganhei a eleição. Agora tenho mais confiança, ai fui atrás do governador, falei pra ele, eu preciso de ajuda. Ele falou olha: duas coisas que você tem que fazer, controlar gasto

e buscar recurso. Eu falei, muito bem, então me ajuda. Ai ele começou a me ajudar, me apresentou alguns deputados, que começarão a investir em emendas no município, obras e a foquei nisso, trazer obras pra cá, e ai eles estruturavam o município e ainda tinha o recurso da obra que entrava como imposto pra ajudar no orçamento municipal. Com isso nós conseguimos equilibrar as finanças, e fazendo com que o município conseguisse todas as certidões e ai nós conseguimos recursos até do governo federal.

Quería reforçar que essa Dra. Rivoi do Dade, foi a pessoa fundamental nesse processo todo de Estância Turística no município.

**Questão 5 - Quais foram as maiores obras, as obras com maior destaque que vocês fizeram para conseguir recurso?**

Resposta do entrevistado: Olha, na realidade foram tantas, que teria que pegar a lista aqui. Foram quase 60 milhões de reais em obras. No município de 4 mil habitantes, faz uma diferença danada. E a principal, foi a que mais focamos a primeira, foi a estrada que sobre o Parque Nacional da Bocaina, essa foi a principal porque, a agropecuária e o turismo são os dois pilares econômicos de São José do Barreiro, se a gente consegue melhorar o acesso ao principal atrativo, automaticamente as coisas começam a melhorar num todo. E foi isso que eu fiz, foquei na estrada da Bocaina. Eu fui 70 vezes no gabinete do governador pra conseguir e no final e disse: Milton você só vem pedir essa estrada. Só estou aqui, só pedindo essa estrada governador, se não me der, eu vou voltar. E tudo o que ele me convidou eu fui. A cada dez reunião lá em São Paulo par bater palma, uma eu conseguia um cartão que me abriu uma porta, outra eu conheci alguém que me ajudava, daí comecei a criar uma rede de relacionamento. Comprei um carro, no começo eu ia de ambulância e eu ia no carro, a prefeitura não tinha carro. Então, tinha uma van que levava os pacientes para São Paulo, saia quatro horas da manhã, ai eu de palito e gravata, um monte de gente vomitando no meu lado e eu indo para a reunião. Foram seis meses assim, eu ia duas vezes por semana. Daí eu terminava a minha reunião na Secretaria e ficava sentado no banco lá, até acabar a última consulta daí eles assavam e me pegavam. Algumas vezes eu vôlei de ônibus, terminava mais cedo daí eu voltava de ônibus e minha esposa me pegava em Queluz. Ai depois de seis meses eu consegui comprar um carro, ai foi uma beleza, nossa! No começo os motoristas me levavam as ai como já

ia e fazia três, quatro reuniões, saia daqui muito cedo e chegava muito tarde. Ai algumas viagens estouravam o limite de horas extras deles e começavam a não querer mais dirigir para mim. Comprei um GPS e não precisa mais me levar eu mesmo vou dirigir agora. Hoje o carro está com quase 300 mil km rodado, três anos.

Participando de tudo, eu fui fazendo realmente uma rede de relacionamento muito bom e o que os deputados notaram, quando a gente pede uma coisa, eles liberam recursos e o recurso é totalmente usado naquela finalidade, sem desvio de nada, eles criam confiança em você e libera mais. Foi impressionante, as pessoas me deram o título do prefeito mais pidão do estado de São Paulo, mas tudo que eu pedi, eu ganhei. A minha maior conquista foram as obras do FID – Fundo de Interesses Difusos, esse fundo é muito difícil de conseguir recurso e só abre a cada dois anos para os municípios apresentarem projetos. Esse ano foram mais de 240 projetos apresentados, cento e poucos que foram aprovados e eu consegui aprovar dois. Desses dois, desse cento e pouco projetos aprovados, foram 40 projetos que receberam recurso e os nossos dois estavam lá. Um foi calçamento de ponto crítico de estradas rurais, que está sendo lá no Sertão da Onça, a média de recursos para esses projetos, é de 500 a 900 mil reais. O nosso projeto, consegui 2 milhões e 800 mil. Até pedi na cerimônia de assinatura, pra não anunciar o valor de São José do Barreiro, para não constranger o Governador, porque estava todo mundo lá, prefeitura não sei de onde, Horto Florestal – 400 mil reais, prefeitura não que lá, uma Ponte – 800 mil reais, a hora que chegar São José do Barreiro, não fala o valor não. E ainda depois teve o restauro do Teatro Municipal 2 milhões e 200 mil, vamos começar a obra, é recente. Essa obra de calçamento do Sertão está começando essa semana e a do teatro, a Lei está na Câmara para autorizar eu a receber o dinheiro e ai a hora que eles autorizarem já faço a licitação e já vai começar a obra também. O projeto é maravilhoso, vai ter poltrona de feltro, vai ser um teatro maravilhoso! Aproveitado aquela questão de um prédio antigo, mas vai ser antigo com bom gosto. Uma outra conquista que destaco é o hospital, uma vez, eu não me lembro exatamente qual ano, eu recebi um grupo de ingleses, e dentre eles tinha um cara que era jogador de futebol, do *Manchester United*, um cara de quase cinco metros de altura, enorme e esse cara, ele pegou virose e dois dias depois, o cara ficou mal lá em cima na pousada, muito mal, e ele não conseguia nem ficar em pé, só diarreia e vomito, daí via a situação dele ruim disse a ele, vou ter que te levar para o hospital, ele não queria, eu não, não. A

gente vai ter que te tratar, isso é virose, não é uma coisa difícil de tratar, nós vamos levar você para o hospital, daí colocamos ele no carro. Para colocar um cara daquele tamanho no carro, já viu *Guliver*, aquele monte de pessoas carregando aquele cara enorme, nós nos sentimos assim, precisou de seis pessoas para colocar ele no carro, dentro de uma camionete ainda! Ei nós descemos o pessoal falou: vamos deixar a cadeira de rodas. Eu falei nem adianta, ele não vai caber numa cadeira de rodas, vamos ter que levar ele no braço. Ai chegamos, colocamos ele dentro do hospital, deitado na cama, a perna dele era maior que a cama e ai ele ficava olhando para cima. O prédio do nosso antigo hospital foi construído em 1830, daí imagina, o reboco caindo, o forro todo amarelado, aquela torneira antiga de cobre, aquele cobre esverdeado e a torneira não fechava, ficava pingando, aquela pia super antiga meio amarelada em volta, ele olhava assim, o chão de cimento queimado, já meio, cheio de reboco, ele só olhava para os lados e dizia: *Aaii.. I Will died here!*(risos) e a mulher dele chorava, daí eu aquele dia falei que se algum dia eu tivesse a oportunidade de ser alguma coisa nessa cidade, eu vou construir um hospital novo, então eu fiquei com aquele desejo, sabe. Se eu tivesse no lugar dele, também achava que iria morrer, imagina você olha e tudo caindo. Eu me senti envergonhado, o cara não cabe na cama, ficou com a metade da perna de fora, foi horrível! Aquela cama de mola, horrível! O lençol todo costurado, remendado, aquele cobertor furado foi muito ruim, daí ele falei algum dia vou construir. Daí quando virei prefeito, a primeira coisa que pensei foi construir um hospital. O hospital foi feito há dois anos atrás, nós conseguimos um recurso com o governo federal, depois de uma luta enorme com o PT, porque o PT não gosta muito do PSDB, ai tive que ir lá, explicar e no final, até falaram que eu era um tucano legal! (risos) mas no começo eles queriam me jogar do décimo oitavo andar, estava tudo bem quando pedi a eles, eu pedi através do deputado Ricardo Berzoini, que depois virou ministro. Estava indo bem mesmo, daí eles perguntaram o meu partido, daí a hora que falei, eles quase me jogaram pela janela! Ficaram bravos de ter deixado um tucano dentro de uma reunião deles, partidária, daí depois eu fui conversando e realmente eles viram que estava ali precisando de ajuda. Cidade pequena, com perdão da palavra, a gente não pode ter essa frescura de partido não, tem que pedir para todo mundo, porque cidade pequena passa uma necessidade enorme! Se a gente não vir aqui pedir para vocês, a população esta lá sofrendo, preciso de ajuda! Eles acabara vendo e no final falaram

que eu era o único tucano legal que eles conheciam e autorizaram. Eu consegui essa obra e no dia e foi um dos dias mais emocionantes quando conseguimos inaugurar o hospital, tudo novinho, tanto a parte de aparelhagem, equipamentos, sabe, tudo novinho. A gente tem um grupo de enfermeiros muito qualificados, todos são técnicos em saúde, todos eles, nós temos enfermeiro padrão 24 horas, temos médicos, médico todo o dia, 24 horas, aqui é um pronto atendimento, então qual a finalidade do hospital, estabilizar e dependendo d dificuldade do paciente, leva lá para o Centro de Referência. Nesse período todo, trabalhamos muito com o pessoal do Instituto Butantã, eles foram fazer vários atendimentos lá no Instituto para pegar, recolher a técnica de reconhecer anfíbio, no primeiros socorros na questão com acidente com anfíbios, isso ai, nós fizemos. Mas no geral, aqui nós temos uma equipe muito boa, o que eles precisavam era ter um local adequado para trabalhar. Hoje nós estamos com três vans novinhas, três ambulâncias, praticamente eu que comprei, zero. Nós vamos comprar mais uma camionete 4 x 4 para atender moradores da zona rural. Se você olhar o Índice Firjan, que é o levantamento da economia do estado de São Paulo, São José do Barreiro em 2012, 13 e 14, estava lá, são 645 municípios, nossa classificação era entre 590, 540, hoje, nós estamos na classificação 54<sup>o</sup>, hoje São José do Barreiro está entre os 100 melhores municípios de se viver do Estado de São Paulo, foi muito trabalhar para chegar. E referente ao emprego e renda se você for ver, é o momento da crise, o que está acontecendo, São José do Barreiro está indo bem nisso e o que aconteceu no final do ano passado? As famílias que haviam se mudado de São José do Barreiro começaram a voltar. De novembro do ano passado até agora, já voltaram pra São José do Barreiro quase 60 famílias e esse controle a gente tem, porque eles vem alugar o caminhão da prefeitura para trazer mudança, então eu consigo ver, quantas famílias estão voltando pra cá. Imagina, 60 famílias desempregas, isso faz com que o índice. Um dos pontos que colocamos para contrapor nisso, foi o Projeto São José do Barreiro com você, que é pegar na área rural quem já faz alguma coisa, ficar nisso, pra colocar o turista pra consumir o produto dele. Então hoje, a gente está com quase 40 propriedades, o pessoal está começando a ganhar dinheiro e começando a empregar os filhos na propriedade rural.

**Questão 6 - Tem algum registro dos estrangeiros no município, para se fazer um estudo?**

Resposta do entrevistado: Nós não fizemos nenhum estudo oficial nisso, teria que envolver todos os meios de hospedagens, daí eles passariam pra gente.

### **Questão 7 - Houve resistência pelos munícipes?**

Resposta do entrevistado: Não dos munícipes, na realidade, eu encontrei descrença. Eles achavam que não ia dar certo.

Ah o pessoal, você está louco! você está perdendo tempo, nunca vai virar Estância, escutei isso do prefeito da época. Eu era o vice e o secretário de turismo, pô você vai ver se vai dar ou não dar. Eles não acreditavam, mas não me impediram e deram todo apoio para continuar, então foi muito bom nesse ponto. Uma coisa é quando você não acredita, esquece e não vamos investir mais e eles investiram. Eles me deram todo apoio, tudo que precisei pra fazer o processo. Seguia inúmera viagens para São Paulo, me deram todo apoio nesse sentido e ai a coisa andou.

### **Questão 8 - Os munícipes sabiam o que era Estância?**

Resposta do entrevistado: Não tantos munícipes no geral, mas, mais o governante, e as pessoas que, a Câmara.

### **Questão 9 - Qual o maior desafio de um município que é Estância Turística?**

Resposta do entrevistado: Poderia não o maior desafio, mas é, o maior ingrediente para São José do Barreiro tornar uma Estância, eu diria que foi persistência, porque eles fizeram tudo para eu desistir. E quanto mais as coisas que eles colocavam, mais eu me animava. O desafio de São José do Barreiro hoje é a concorrência. Porque o que acontece, é, o Brasil está começando a acordar pro (sic) turismo, ta começando a ver que o turismo dá dinheiro, então todas as cidades estão começando a mostrar o que tem.

### **Questão 10 - Você acredita que os projetos existentes terão continuidade nas gestões seguintes?**

Resposta do entrevistado: Se for o prefeito do partido que ganhar a eleição, com certeza. As com o meu sucessor, ele vencendo as eleições, ele tem o interesse em manter projetos na Represa do Funil, porque ele tem uma casa lá e lá vai ficar lindo, sabe! E ele tem os contatos em Furnas, então eu acho que ele vai ser mais bem

sucedido do que eu fui, eu não tinha os contatos de Furnas, então foi muito difícil, porque tem que ter autorização de Furnas, tem que ter autorização do meio-ambiente em beira de água, construir em beira de água é complicado! Então é uma série de normas que a gente teria que seguir. O projeto ficou lindo! Então o projeto já está pronto. Agora precisa colocar ele em execução.

Olha, de qualquer maneira eu tenho que entregar a prefeitura no dia trinta e um de dezembro, seja para quem for. Então é assim, se for o Ricardo, ele vai dar continuidade ao trabalho que começou. Faz cinco anos que eu já estou dando uma outra direção para o município. E se continuar nesta mesma direção, lógico que terá resultado muito positivo, porque a gente já está tendo. Então isso aí só vai consolidar. E eu espero que a população entenda isso, eu acho que está entendendo, eu acho que vai dar certo e aí realmente a gente consegue que o município siga a diante dentro da sua vocação: agropecuária e turismo. A pesquisadora completou: Turismo rural e ecológico também.

**Questão 11 - Quais projetos vigentes para utilização da verba disponibilizada pelo Dades para estimular o turismo local?**

Resposta do entrevistado: O que nós temos neste momento é calçamento de pontos críticos das estradas turísticas, a revitalização do portal, o centro de informações turísticas e secretaria de turismo e a construção de mirantes na estrada do parque nacional.

**Tema 3 - Turismo e desenvolvimento**

**Questão 12 - Quais os ganhos no turismo local nos últimos 04 anos?**

Resposta do entrevistado: O aumento da demanda foi o nosso objetivo maior e nós conseguimos aumentar em 20%. Nós conseguimos aumentar a demanda do município e aumentar a taxa de permanência dos turistas em 1.3, todos esses dados pode ver com a Carol. O que acontece, o turista ele vinha pra cá e ele ficava o final de semana. Então, qual foi a estratégia do mapa turístico, mostrar pra eles que São José do Barreiro não é apenas a Cachoeira de Santo Izidro e a Fazenda Pau D'alho, tem outras coisas. Com o mapa turístico na mão, ele pode ter uma amplitude de todos os atrativos, que são acessíveis a ele.



**Questão 13 - Qual é a estrutura administrativa e a equipe do poder público municipal voltado para o turismo?**

Resposta do entrevistado: Parece incrível, mas santo de cada não faz milagre mesmo. Aqui em São José do Barreiro, eu sempre atuei no turismo a mais de 20 anos, bastou eu virar prefeito, que as pessoas que estavam no meu meio, começaram a me olhar meio de lado, e não entraram no governo pra isso, porque cada um quer uma coisa, cada um vê de uma forma diferente, então, é difícil você com o grupo, cada um achava que a prefeitura tinha que agir de uma forma e no momento em que a gente estava tentando salvar o pescoço da prefeitura, estava um caos e até organizar a casa, levei dois anos. Ai desagradou muita gente, pois achavam que ia entrar aqui e já ia fazer uma série de atividades na área do turismo. Primeiro, a gente não tinha certidão para receber recurso e segundo, a gente não tinha recurso e a hora que consegui os dois, eu não tinha tanto apoio deles. Tanto é que eu segurei a BarreiroTur, que é uma instituição turística do município, não desfiz a pessoa jurídica para poder voltar a funcionar. Entreguei para a iniciativa privada para voltar a funcionar e não funcionou. Não há Comtur no município, mas isso tudo vai acontecer, o Contur, criar uma outra estrutura turística, isso vai acabar acontecendo, agora é até norma do Dade, então não tem jeito. Então, eu não tive muito apoio das pessoas, foi tão difícil, pois eu tive que ir atrás de recurso para salvar a cidade e não pude me dedicar tanto mais ligado ao turismo, falha minha também de não ter ido pedir ajuda. Eu coloquei três secretários, ninguém gostou em nenhum dos três! No final eu não sabia o que fazer e não nomeei ninguém. Fico com tudo, porque todo mundo que coloco lá não serve, não tem jeito. Então ajuntem vocês e me diga quem, eles brigavam entre eles e não diziam. Com o Dado não necessariamente deve ter, meu relacionamento com o Dade é muito bom, eu expliquei, olha, eu coloquei um secretário no início do meu mandato, cortaram o pescoço dele, coloquei outro, cortaram o pescoço dele, coloquei outro, cortaram o pescoço dele. A Carol, turismóloga, ela era minha gestora, não aceitaram ela. O segmento que não aceitou, é muito difícil trabalhar, eu não tiro a razão deles, pois a prefeitura colocou o turismo de segundo plano, então, criou-se um ranço, entre o seguimento, os prestadores de serviços/ empresários e a prefeitura. Mesmo que seja uma pessoa da área do turismo, assumindo a prefeitura, isso, eu não consegui quebrar, pelo menos no meu mandato. Então o que que eu fiz, eu montei um projeto,

então tá (sic), já que ninguém serve, então vou fazer o que acho que deve fazer e fui fazendo. Então foquei os recursos de turismo onde faça que a demanda aumente. Foquei em reforma de pontos críticos em estradas rurais, que levam pousadas, hotéis e pontos turísticos, dando acesso em todos os lugares que a gente tenha a estrutura turística então a gente conseguiu levar o turismo em regiões que não tinha. Basicamente dentro do meu período todo, nós agora estamos reformando o portal, nós vamos fazer quatro mirantes na estrada da bocaina, asfaltar 5 km da estrada da bocaina e consertar 19 estradas do município que ou tem pousada ou ponto turístico nela.

**Questão 14 - Quais projetos em andamento para o desenvolvimento do turismo no município?**

Resposta do entrevistado: Basicamente agora, os projetos são: São José do Barreiro com Você, que a gente continua incentivando novos proprietários rurais, e empreendedores municipais, produtores a entrarem neste projeto, que a gente faz com que o turista vá comprar o produto diretamente do produtor. Segundo é dando acesso aos pontos turísticos, propriedades que tenham algum viés turístico, calçando as estradas, melhoria da estrada que vai para o parque nacional. O parque nacional recebia trezentos visitantes, hoje com mais de mil, então isso aí deu um salto de visitas no parque nacional. Um outro fator que a gente está focando bastante é justamente a divulgação dos pontos turísticos, de atrativos naturais através da nossa assessoria imprensa. Então é captação de demanda, a gente está focando muito nisto. Captação de demanda, porque quanto mais pessoas estiverem aqui, melhor e mais confiança, o empresário ou empreendedor no município, terá em abrir e ampliar seu negócio.

**Questão 15 - Os recursos gerados pelo turismo são significativos para a arrecadação do município?**

Resposta do entrevistado: Lógico! Sim, principalmente na geração de empregos. O turismo acaba gerando mais empregos, mais oportunidades. As pessoas agora o que estão fazendo, elas indo na região de Visconde de Mauá, de Penedo; para verem o que tem lá e colocarem aqui. Se tudo continuar do jeito que está, daqui dois anos, São José do Barreiro será um dos grandes estímulos desta região do Vale do Paraíba.

#### **Tema 4 - Atrativos turísticos**

##### **Questão 16 - Se quisermos ir a algum atrativo, como fazemos para obter informações?**

Resposta do entrevistado: A entrega do mapa é só final de semana. Se eu quiser ir em algum local, tem que seguir o mapa, não tem uma orientação específica assim, de como é que se chega lá. Daí quando é um atrativo natural, geralmente as pessoas vão na MW *Trekking* e ai final de semana lá tem uma pessoa, só final de semana. Porque durante a semana, a estrutura é muito cara para você manter aberta. A demanda nesse momento não me permite manter uma pessoa 24 horas lá e nem porque eu não estou na função. Porque na realidade, esse é meu trabalho, ficar lá! A partir do ano que vem vou estar lá, daí as pessoas vão conversar diretamente comigo, só final de semana que eu não estou, porque final de semana eu vou estar nas trilhas e ai nos finais de semana, as pessoas encontram os atendentes que estão lá. Se você entrar em contato no dia, alguns atrativos não são acessíveis a você, Trilha do Ouro, Pico da Bacia e Pico do Tira chapéu, não dá para chegar e falar que quero ir agora, porque são trilhas muito longas. Tem que ser feira, pelo menos, com um dia de antecedência. Agendado não tem problema, daí entram em contato com a gente e organizam tudo, é o que normalmente acontece. Na hora, a maior parte dos atrativos você pode visitar, mas tem alguns que tem que ser agendado com antecedência e isso está descrito no roteiro. Por exemplo, você vai na São Francisco, tem lá para você agendar com um dia de antecedência. A Pau D'algo por exemplo, é do governo federal, a gente não tem jurisdição sobre ela, então é um fato a parte, igual o Parque Nacional, ah, mas não pode entrar de carro no Parque Nacional, o que a gente pode fazer, isso é uma norma deles,

##### **Questão 17 - Há algum projeto para a Represa do Funil?**

Resposta do entrevistado: Tem uma estrada dos pescadores lá, que a estrada entra dentro da represa. A gente ia fazer ali, uma urbanização, píer e uma pracinha, pra as pessoas ficarem mais. Para adequar os lugar para ser um atrativo turístico, ali chama prainha; Só que a questão ambiental e as autorizações de Furnas é tão demorada, que eu acabei deixando esse projeto de segundo plano. Mas o meu sucessor, vencendo as eleições ele tem interesse em manter, pois ele tem uma casa lá. E lá vai

ficar lindo, e ele tem os contatos em Furnas. Acho que ele vai ser bem mais sucedido que eu fui, ele tem os contatos de Furnas. Tem que ter autorização de Furnas, do meio ambiente.

**Questão 18 - Quem são os principais investidores proprietários dos meios de hospedagem e restaurantes no município? São locais ou investidores externos?**

Resposta do entrevistado: A maioria, não! A maioria são pessoas que moravam em outros lugares e buscaram uma nova opção econômica, desenvolvendo aqui no município. Embora, muitos deles já tenham vindo há muito tempo atrás, e hoje já são considerados da terra. Mas a grande maioria não são pessoas daqui, que nasceram aqui. Eu nasci aqui, sou uma das pessoas ... mas por exemplo, na serra da Bocaina, tem cinco pousadas lá, eu sou o único local, totalmente local, os outros não! São pessoas que já vieram muitos anos para cá, e que estão nesta atividade agora.

**Questão 19 - Há alguma política de atratividade de investidores da área de turismo no município?**

Resposta do entrevistado: Política de .... o que nós fizemos é assim, nós buscamos no Governo do Estado de São Paulo, na agencia de desenvolvimento de São Paulo, que é .... como eles chamam ... dentro da secretaria de desenvolvimento econômico, é .... humm ... (a pesquisadora tenta ajudar: mas ai eles investem ...). Não, eles não investem. Eu que fui lá e coloquei São José do Barreiro como um dos pontos, aonde ... é assim, pessoas e empresas ou empresários do mundo quando querem investirem em São Paulo, eles vão primeiro nesta instituição, que está dentro do governo do Estado, e que tem lá o portfólio dos lugares aonde - Investe São Paulo – aonde as pessoas poderiam investir, então eu cadastrei São José do Barreiro lá nesta área de hotelaria. Se vier alguma rede de hotéis interessados, eu coloquei lá que está entre Rio e São Paulo, do lado da Dutra, do lado do maior parque nacional do Sudeste brasileiro.

**Tema 5 – Regionalização do turismo**

**Questão 20 - Há algum projeto para regionalização do turismo no Circuito do Vale Histórico?**

Resposta do entrevistado: Sim, tem o roteiro turístico do Vale histórico que ainda continua de certa forma atuante e a gente está fazendo agora é institucionalizando o caminho da Bocaina, então quer dizer, nós já demos entrada do pedido do caminho da Bocaina, como se fosse uma das rotas oficiais do Estado. Isso aí vai fazer com que todas as Feiras tenham um totem lá, escrito “Caminho da Bocaina”, onde a gente possa vender a região, para as pessoas que quiserem fazer. A ideia é que fazer como o caminho de Santiago de Compostela, onde as pessoas possam fazer em cinco dias um treinamento antes deles irem para Espanha. Então a gente pretende aí, atrair para cá uma quantidade muito grande de pessoas, buscando este tipo de atividade. E vai ser o único caminho dentro do Estado de São Paulo, que não passa dentro de cidade, totalmente selvagem.

No momento só tem o caminho da Bocaina, e o roteiro do Vale histórico que faz parte também. (A pesquisadora comenta que seria legal alguma coisa em conjunto para atrair as pessoas irem para cá – São José do Barreiro, e para lá – Bananal). O objetivo é esse, e agora com a melhoria das estradas, as pessoas acabam fazendo isso naturalmente.

**Questão 21 - Acredita que deva existir um limite de visitantes desejável pelo município, adequado à infraestrutura turística existente?**

Resposta do entrevistado: Neste momento é mais captação, a gente está longe deste ponto de equilíbrio. Mas o que acontece aqui que é uma vantagem do município, dos trinta e seis hotéis que nós temos, nós temos sete na cidade, os outros todos estão na área rural. Não compromete o sistema de água e esgoto do município, não compromete a estrutura do município, da cidade. Então quer dizer que somos uma cidade muito pequena, dois mil e oitocentos habitantes, muito pequena; mas os grandes hotéis, a grande rede hoteleira, pousadas, está fora do centro urbano. Isso é uma vantagem enorme porque não compromete, então a gente consegue receber uma quantidade grande de turistas aqui, sem necessariamente comprometer o centro urbano. (a pesquisadora exemplificou o que acontece em alta temporada em Campos do Jordão, com a alta de preços). Por exemplo, no Carnaval! No Carnaval recebemos oito mil pessoas, nós temos uma cidade de duas mil e oitocentos pessoas e recebemos oito mil pessoas aqui, e deu certo. Por que? Porque a maior parte deles fica hospedada fora do centro urbano, e a noite vem para cá. Aí a cidade pulsa. Você

querendo pular Carnaval ou não; você quiser atravessar a praça, você vai pular. A massa te leva! Fora isso, você está num ambiente que nem parece Carnaval, você está lá, não escuta nada, está tranquilo, no meio da floresta, numa cachoeira. Temos 280 cachoeiras, este público se dispersa por todas elas. Isso acaba não dando ... não causando um transtorno.

## **Tema 6 – Ações de comunicação e divulgação**

### **Questão 22 - Quais os meios de comunicação são utilizados para divulgar a região, os atrativos turísticos do município?**

Resposta do entrevistado: Então qual é o nosso desafio, é continuar mostrando que São José do Barreiro tem um potencial enorme pra aumentar nossa demanda em pontos chaves, para justamente contratar uma assessoria de imprensa que fica em São Paulo, é uma empresa e tudo o que a gente organiza aqui, a gente manda pra ela, e ela dissemina na mídia em geral, não focada a Vale do Paraíba, não, de forma geral. Já saiu coisas de São José do Barreiro no Nordeste. Não importa, um turista lá vai vir pra cá. Agora mesmo, saiu na revista de borda da Gol, uma matéria extensa sobre São José do Barreiro. Então tudo isso, foi a nossa assessoria de imprensa que conseguiu colocar. Isso é fundamental, você tem que estar falando do destino direto, não pode parar. Tem que estar falando, falando, falando, a mídia escreve o que a mídia está escrevendo, eles não criam fato novo, eles escrevem o que todo mundo está escrevendo. Então se você está na mídia, as pessoas vão escrever sobre você. É o que aconteceu, vários jornalistas acabaram tendo interesse em vir pra cá, porque viram em outros meios falando sobre São José do Barreiro, viram as fotos, viram os lugares, pô (sic), que legal, se fizer uma matéria disso vai dar pauta! E deu, isso emissoras de TV e tudo mais, começaram a vir pra cá. Fora isso, para consolidar a demanda local, nosso projeto era primeiro atingir a demanda nesse raio de 150 km, que é o Vale do Paraíba e depois os grandes Centros. Então oq eu nós fizemos, focamos em divulgação nas emissoras de televisão, principalmente a rede Vanguarda e a Rio Sul e ai começamos a colocar mídias lá, a divulgação e começaram a aumentar a demanda. Fizemos várias divulgações, fizemos seis filmes aqui na cidade.

**Questão 23 - Há algum plano de marketing formalizado e algum plano de marketing turístico para o município?**

Resposta do entrevistado: Na rede social, basicamente fechamos no *Facebook*, a gente faz uma divulgação no *Facebook* e aí o que as pessoas fazem, eles curtem e compartilham. Então a nossa estratégia é essa, barreirense, curta e compartilhe e aí as coisas começam a andar. E o site, o site oficial do município na realidade é um site de venda, não é um site que fala do poder público. O layout dele é pra isso, pra vender o município como Estância Turística.