

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**NATASHA VITÓRIA DE SÁ DA COSTA**

**ROTEIRO DE CORES E SABORES DE IGUAPE/SP – *CITY TOUR CULTURAL***

**CURITIBA**

**2019**

NATASHA VITÓRIA DE SÁ DA COSTA

**ROTEIRO DE CORES E SABORES DE IGUAPE/SP – *CITY TOUR CULTURAL***

Trabalho apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Laura Alice Rinaldi Camargo

CURITIBA

2019

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por estar comigo em todos os momentos, me protegendo e permitindo a mim essa maravilhosa oportunidade.

Aos meus pais, que durante esse trajeto me apoiaram de forma incondicional. Nunca conseguirei retribuir a vocês todo o amor e carinho.

Aos meus professores, que ao longo dos anos dedicam suas vidas para nos guiar e ensinar, ajudando a nos tornamos profissionais e seres humanos melhores.

A minha professora orientadora, Laura Camargo, não só por todo o conhecimento e ajuda repassados, mas por toda paciência e risadas, tornando essa jornada mais leve.

Por fim, ao Naruto, por infundir em mim o ideal "não vou fugir, nunca volto atrás na minha palavra. Este é o meu jeito ninja!". A convicção de que você é capaz é a maior dádiva que se pode ter.

## RESUMO

O presente trabalho é focado nos atrativos e patrimônios do município de Iguape/SP, com o objetivo de desenvolver um roteiro histórico cultural que valorize ainda mais sua história perante os visitantes. Concentra-se na dinâmica dos roteiros turísticos e do turismo cultural, a fim de compreender seus impactos em cidades históricas. O principal objetivo do trabalho, foi a criação de um roteiro turístico focado no conceito histórico do município, com o propósito de torná-lo um instrumento de promoção da cultura local, visando uma imersão cultural mais profunda entre o visitante e o município de Iguape/SP. A metodologia do trabalho se constituiu a partir de aplicação de questionários com visitantes e com a diretora do departamento de turismo do município. A partir dos dados coletados, foi criado um roteiro histórico-cultural além de *QR Codes* informativos, com o objetivo de oferecer ao visitante uma experiência mais significativa às suas visitas à Iguape.

**Palavras-chave:** Turismo Cultural. Roteiros Turísticos. Iguape.

## **ABSTRACT**

The present work is focused on the attractions and heritage of the city of Iguape/SP, with the objective of developing a cultural historical script that values its history even more before the visitors. It focuses on the methodology of tourist itineraries and cultural tourism in order to understand their impacts on historic cities. The main objective of the work was the creation of a tourist itinerary focused on the historical concept of the municipality, with the purpose of making it an instrument for promoting local culture, aiming at a deeper cultural immersion between the visitor and the municipality of Iguape. The methodology of the work was constituted from the application of questionnaires with visitors and with the director of the municipal tourism department. From the collected data, a historical-cultural script was created as well as informative QR Codes, in order to offer the visitor a more meaningful experience to their visits to Iguape.

**Key-words:** Cultural Tourism. Tourist Itineraries. Iguape.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - PÁGINA DO ROTEIRO .....	65
Figura 2 - QR CODE .....	66
Figura 3 - INFORMAÇÕES DO QR CODE .....	67
Figura 4 - CAMINHO PERCORRIDO NO <i>CITY TOUR</i> .....	68
Figura 5 - CENTRO HISTÓRICO DE IGUAPE.....	70
Figura 6 - BASÍLICA DO BOM JESUS DE IGUAPE .....	71
Figura 7 - MUSEU MUNICIPAL DE IGUAPE .....	72
Figura 8 - CASA DO PATRIMÔNIO DE IGUAPE .....	73
Figura 9 - RESTAURANTE PANELA VELHA.....	73
Figura 10 - CITUR – CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS .....	75
Figura 11 - MIRANTE DO CRISTO REDENTOR .....	76
Figura 12 - FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE .....	77

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - FREQUÊNCIA DE VISITA FORA DE TEMPORADA.....	50
GRÁFICO 2 - MOTIVAÇÃO DE VISITA FORA DE TEMPORADA.....	51
GRÁFICO 3 - SEGMENTOS DO TURISMO PRATICADO .....	52
GRÁFICO 4 - CIDADE DE ORIGEM.....	52
GRÁFICO 5 - CONHECIMENTO ACERCA DA HISTÓRIA DE IGUAPE .....	53
GRÁFICO 6 - FREQUÊNCIA DE VISITA À IGUAPE .....	55
GRÁFICO 7 - VISITAS EXCLUSIVAS À FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE .....	56
GRÁFICO 8 - MOTIVAÇÃO PARA VISITAR O MUNICÍPIO .....	56
GRÁFICO 9 - SEGMENTOS PRATICADOS.....	57
GRÁFICO 10 - CIDADE DE ORIGEM.....	58

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - ROTEIROS NACIONAIS E INTERNACIONAIS .....	30
QUADRO 2 - CLASSIFICAÇÃO DOS ROTEIROS TURÍSTICOS.....	30
QUADRO 3 - TIPOLOGIA DOS ROTEIROS.....	31
QUADRO 4 - CARACTERÍSTICAS DOS PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE IGUAPE/SP .....	40
QUADRO 5 - Caracterização da Pesquisa por Objetivos Específicos .....	45
QUADRO 6 - ITINERÁRIO DO ROTEIRO TURÍSTICO .....	69
QUADRO 7 - ETAPAS DE EXECUÇÃO DO ROTEIRO.....	81
QUADRO 8 - DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS .....	82
QUADRO 9 - RECURSOS FINANCEIROS.....	83

## **LISTA DE ABREVIações**

ABGTUR – Associação Brasileira dos Guias de Turismo

CETAM – Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MTUR – Ministério do Turismo

SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
2.1 TURISMO.....	16
2.2 SEGMENTAÇÃO DO TURISMO.....	18
2.2.1 TURISMO CULTURAL.....	20
2.2.2 TURISMO RELIGIOSO .....	24
2.2.3 PROCESSO DE ROTEIRIZAÇÃO TURÍSTICA .....	27
2.2.4 ROTEIROS TURÍSTICOS.....	28
2.3 ROTEIROS INTERPRETATIVOS .....	32
2.4 IGUAPE.....	34
2.4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA.....	35
2.4.2 IGUAPE E O LEGADO CULTURAL E RELIGIOSO .....	37
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>41</b>
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	41
3.1.1 TÉCNICAS E COLETAS DE DADOS.....	42
3.1.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	43
3.1.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	44
3.1.4 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	45
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA</b> .....	<b>46</b>
4.1 QUESTIONÁRIO .....	46
4.2 QUESTIONÁRIO DEPARTAMENTO DE TURISMO.....	46
4.3 QUESTIONÁRIO COM TURISTAS FORA DE TEMPORADA .....	49
4.4 QUESTIONÁRIO COM TURISTAS NA FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE ..	54
<b>5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>59</b>
<b>6 PROJETO DE TURISMO</b> .....	<b>62</b>
6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	62
6.2 O <i>CITY TOUR</i> .....	63
6.2.1 JOGO EDUCACIONAL INTERATIVO .....	78
6.3 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO .....	79
6.3.1 Descrição das etapas para a execução do projeto.....	79
6.3.2 2 Descrição dos recursos humanos envolvidos .....	81

6.3.3 Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa.....	82
6.3.4 Avaliação do retorno do investimento .....	84
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>87</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>89</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>96</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Comumente, as evoluções ocorridas na era pós-industrial vêm sendo discutidas há anos por diversos autores, devido a capacidade de mudar perspectivas e moldar diversos setores mundiais, adaptando-os conforme ditam as novas tendências. Há muito, o setor turístico tem sido discutido como um elemento chave de desenvolvimento. TRIGO (1998) descreveu o turismo como um elemento que está ajudando a redesenhar as estruturas mundiais, influenciando a globalização, os novos blocos econômicos, e em última análise, a nova ordem internacional. Desta maneira, as mudanças têm forjado não só o mercado, como a humanidade a repensarem seus aspectos de vida. Trigo (1998), discutiu a relação do turismo na nova era, como se dá sua relação com a educação e as pessoas no atual âmbito turístico. Portanto, como fruto da globalização, repensa-se os atuais modelos do turismo e tendências entre o mercado e a demanda, assim como o comportamento em que viajantes tem adotado em relação ao turismo.

Mette (2005), explica, contudo, que o perfil do consumidor tem mudado com os efeitos da globalização, e seu rápido acesso a informações, tem resultado na exigência de serviços de boa qualidade, assim como valorizar destinos que proporcionem serviços singulares e diferenciados. Este novo comportamento de compra tem exigido cada vez mais a criação e oferta de produtos direcionados para demandas específicas, visando oferecer diferentes experiências para os visitantes (BRASIL, 2010, p.11), portanto, vê-se a necessidade de interpretar as novas direções que o mercado tem preparado ao setor turístico, de modo a torná-lo seus serviços o mais eficaz possível ao turista.

Para Mette (2005), os destinos precisam preservar seus recursos naturais a fim de despertar um sentimento de interesse nos turistas, de modo que torne este seu grande diferencial, destacando-se das demais destinações turísticas. Sendo assim, o Ministério do Turismo (2010) definiu os principais segmentos para desenvolver o setor no Brasil, de modo a serem trabalhados de forma mais eficaz em cada localidade, considerando suas respectivas vocações e potencialidades.

Lóssio e Pereira (2007), estudam a relação da cultura popular como fator de desenvolvimento local, onde, as manifestações e expressões populares são os fatores que marcam a identidade cultural. Para eles, “o conhecimento da cultura

local reforça a valorização bem como o incentivo ao desenvolvimento da região”. A cultura por si só, é a identidade, as origens, o início e as tradições sociais, expressas de diversas formas que tornam únicos um povo ou uma história. Engloba todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente (BRASIL, 2010, p.11). Para o IPHAN (2014), a identidade está expressa em diversos aspectos da sociedade, seja na gastronomia, no modo de falar e agir, no conjunto arquitetônico, em uma lenda, criações científicas, arqueológicos, entre outros. Desta maneira, a sociedade civil é dividida por tradições e costumes diferenciadas que acarretam na diversidade cultural.

A diversidade cultural por sua vez, é aliada ativa do turismo, capaz de resultar no deslocamento de pessoas devido a necessidade de conhecer novas histórias e novos ambientes, de escapar do comum e rotineiro, de adquirir conhecimento e experiências.

O turismo cultural tem adquirido cada vez mais destaque dentre os métodos de promoção de destinos e planejamento turístico por adaptar costumes e tradições para serem vivenciadas por turistas, priorizando as informações, o conhecimento e a experiência mais significativa. Portanto, Lóssio e Pereira (2007, p.03), destacam ainda que:

O que cabe na atualidade é olhar a cultura popular na perspectiva da sustentabilidade cultural no processo de desenvolvimento local, assim, quando discutimos cultura estamos necessariamente considerando a vertente da geração de emprego, renda e negócios. A cultura popular proporciona a cultura do prazer, que por sua vez torna-se um produto vendável.

Diante disso, este projeto tem como objeto de estudo, os atrativos histórico-culturais do município de Iguape/SP, visando compreender sua relação com o turismo cultural e a interpretação do patrimônio, assim como sua influência sobre os turistas.

Hoje o que se verifica nos destinos turísticos é uma insuficiente e inadequada base de informações sobre o patrimônio natural e cultural capaz de despertar a curiosidade (BENI, 2004, p.296), portanto, o patrimônio cultural histórico e arquitetônico representa um importante atrativo para o turismo, quando

proporciona novas propostas para o desenvolvimento das cidades (PUCCI *et al*, 2008, p.01).

Com o presente estudo, percebe-se a importância existente na relação que o espaço possui com o visitante. A transparência e troca de informações deve existir para que não se perca a memória das regiões, sua identidade e sua evolução durante as décadas. A preservação deve ser mútua e os legados devem ser repassados, de modo que as singularidades se mantenham e que os turistas adquiram conhecimento e experiência ao longo de suas viagens.

Numa cultura ocidental globalizada, que busca entretenimento a todo custo, é fundamental tocar a emoção, provocar as pessoas, estimular novas formas de olhar, de ver e apreciar (MURTA; ALBANO, 2002, p.10). É nesse encontro da oferta e do consumo que irrompe a dimensão cultural, ainda pouco valorizada no planejamento das viagens (BENI, 2004, p.296).

A partir disso, definiu-se que o problema de pesquisa do projeto será: **Um roteiro histórico cultural interpretativo pode potencializar o turismo cultural de Iguape/SP?**

A partir do problema, o objetivo geral é propor um roteiro interpretativo para o município de Iguape.

Os objetivos específicos que irão nortear a pesquisa para atingir o objetivo principal estão divididos em quatro:

- Analisar quais métodos facilitam a interpretação do patrimônio durante a realização do roteiro interpretativo;
- Identificar quais atrativos possuem legados históricos no município;
- Analisar a interação do visitante com os atrativos turísticos do município;
- Compreender a dinâmica dos roteiros interpretativos histórico culturais como promoção da localidade.

Iguape/SP é um núcleo urbano de origem no período colonial, cuja fundação recua há 1538 (PISSATO, 2018, p.23), sendo uma das cidades mais antigas do Brasil, que sofreu poucas alterações até ao início do século XX e possui o maior casario colonial preservado do Estado de São Paulo, com diversas

casas, casarões e igrejas em vielas estreitas de paralelepípedos (IPHAN, 2011), apresenta-se, portanto, a seguinte hipótese:

- O município de Iguape possui potencial para ser explorado como um atrativo cultural;

Desta maneira, para se compreender melhor o turismo cultural, os tópicos a seguir abordarão os conceitos do turismo cultural, assim como os processos de roteirização turística, interpretação do patrimônio e roteiros interpretativos.

Em seguida, dá-se os procedimentos metodológicos, capítulo voltado para a descrição dos métodos de pesquisa utilizados ao longo do trabalho.

## **2 MARCO TEÓRICO**

Patrimônios culturais são de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira (IPHAN, 2014). O patrimônio cultural histórico e arquitetônico representa um importante atrativo para o turismo, quando proporciona novas propostas para o desenvolvimento das cidades (PUCCI; CARDOZO, 2008, p.01).

Incorporando ambos os ideais citados acima, toma-se como ponto de partida para a elaboração do marco teórico, os aspectos que englobam os patrimônios culturais e os transformam em atrativos turísticos, capazes de potencializar o turismo determinadas regiões assim como seu desenvolvimento.

Deste modo, serão destacados nos próximos tópicos do projeto, os conceitos que envolvem os roteiros turísticos e a interpretação do patrimônio. Definindo-se, portanto, o primeiro objetivo específico do projeto: analisar quais métodos facilitam a interpretação do patrimônio durante a realização do roteiro interpretativo.

Deste modo, segue ao longo dos capítulos, discussões acerca dos roteiros turísticos, do seu processo de roteirização, bem como a interpretação do patrimônio e como ela deve ser aplicada nos roteiros.

## 2.1 TURISMO

Segundo Rigatto (2007), o turismo reflete as mudanças culturais, sociais e históricas, que ocorrem desde a Revolução Industrial, até os dias atuais. A globalização tem sido o fator de maior peso durante o processo de adaptação, moldando-o tornando mais evoluído e modernizado. Segundo Trigo (1998), a globalização tem afetado os países de forma drástica, formulando uma nova ordem econômica mundial, forçando-os a se adaptarem a padrões do mercado a fim de acompanhar a contemporaneidade. Mette (2005) reflete acerca dos efeitos da globalização e dos processos de padronização em relação às atividades turísticas. Para ela, o constante processo de transformação e adaptação do mercado e dos serviços, tem gerado um sentimento de “valorização dos fatores diferenciais apresentados por cada destinação”, resultando na busca gradativa pela diversidade e identidades preservadas. É sob esta perspectiva, que Trigo (1998), considera que uma possível reação à globalização, o surgimento de tendências voltadas para “características únicas e especiais de grupos étnicos e sociedades receptoras como um princípio fundamental de promoção e desenvolvimento do turismo”.

Levando-se em consideração as possíveis reações citadas por Trigo (1998), destaca-se para discussões posteriores, a ideia da busca por destinos que oferecem singularidades, como forma de promoção e desenvolvimento do turismo local. Toma-se como exemplo, portanto, as palavras de Matte (2005) referente as atuais atividades desempenhadas no âmbito turístico, consideradas por ela não mais limitadas apenas a “lazer, descanso ou negócios”. Segundo ela, o turismo passou a ser catalisador na busca de “enriquecimento cultural”, assim como entender dos mais variados estilos de vida, diversidades culturais, assim como permitir a troca simultânea de informações. O turismo como prática econômica precisa, no entanto, encontrar formas mais respeitadas de se inserir no cotidiano das comunidades receptoras (MURTA; ALBANO, 2002, p.10).

Corroborando a ideia de que o turismo é atualmente um agente motivador na busca do enriquecimento cultural (MATTE, 2005, p. 13), destaca-se que, pode através das atividades envolvidas em seu meio, transmitir as origens acerca de determinadas regiões, marcadas por características únicas. O turismo por si só é

uma atividade intrinsecamente experiencial, pois o indivíduo sai do seu local habitual para viver no espaço de outros, diferente da sua rotina (SEBRAE, 2015, p.08).

Ou seja, viajar é abrir novos horizontes, conhecer novas culturas, lugares e paisagens. A viagem rompe a rotina do cotidiano, revela novos cenários e traz para a vivência dos turistas, expectativas sempre surpreendentes (BENI 2004, p.295).

De acordo com o Código de Ética Mundial do Turismo (1999),

O turismo, que é uma atividade geralmente associada ao descanso, à diversão, ao esporte e ao acesso à cultura e à natureza, deve ser entendido e praticado como um meio privilegiado de desenvolvimento individual e coletivo. Quando vivenciado com a abertura de espírito necessária, é um fator insubstituível de autoeducação, tolerância mútua e aprendizagem das legítimas diferenças entre povos, culturas e sua diversidade.

Compreende-se, portanto, que suas atividades se inserem em diversos âmbitos, misturando-se na sociedade, provocando diversos efeitos que impactam diretamente na região visitada. O turismo pode ser visto como a atividade que permite às pessoas derivar de uma viagem algum tipo de benefício que eleva a sua satisfação (ABLAS, 1991, p. 48).

## 2.2 SEGMENTAÇÃO DO TURISMO

A segmentação de mercado tem sido um importante aliado a promoção de destinos, maximizando as chances de atingir o público através do marketing e aumentar a competitividade do negócio.

De acordo com o Ministério do Turismo (2006), a segmentação é uma ferramenta que auxilia a organização com finalidade de facilitar o planejamento, a gestão e o mercado. Desta maneira, o MTur reforça ainda que a partir da oferta, a segmentação “define os tipos de turismo”.

Segundo o SEBRAE (2016), pode-se segmentar a oferta, a fim de “especializar os diferentes tipos de viagem de acordo com a preferência dos turistas, que têm expectativas e motivações diversas, procurando suprir necessidades de uma demanda específica” e segmentar a demanda com o objetivo de “classificar os consumidores em nichos de mercado”. A segmentação, portanto, auxilia na formulação de estratégias de modo a atingir o público-alvo de forma mais eficaz, uma vez que conhecer a sua demanda e criar expectativas assim como supri-las, se torna uma tarefa menos dispersa e mais centralizada.

Bazani *et al* (2016), discute acerca da segmentação devido a existência de diferenças entre as preferências dos consumidores, onde destaca que essas diferenças “devem ser consideradas no processo decisório da empresa”. Essas diferenças se dão por diversos fatores, sejam eles localização geográfica, poder de compra, necessidades básicas, satisfação de um desejo, entre outros.

Para Beni (2004, p.296):

Na concretização da viagem o turista depara-se com um complexo processo de decisão para escolher o que visitar, onde, como e a que preço. Nessa sua opção, fatores vários entram em cena para determinar o motivo central da viagem, seja esta de realização pessoal e social, profissional, empresarial, de negócios, cultural, científico ou de lazer.

Portanto, é de suma importância que gestores estejam atentos ao seu público e suas motivações, de modo que possam criar expectativas, assim como atingi-las, em muitos casos, desenvolver a sensação de necessidade de uso daquele serviço, para suprir os desejos de consumo. Estes métodos podem

ampliar os negócios, pois, quanto maior o alcance, maior as chances de tornar-se competitivo.

O MTur (2010) definiu segmentos prioritários com foco no desenvolvimento do turismo no país, sendo estes: Turismo Cultural, Turismo Rural, Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Pesca e Turismo de Saúde, assim como o Turismo Social, visto como uma prática do turismo que pode conduzir a igualdade de oportunidades.

Enfatizando as vantagens da segmentação para o mercado, o MTur (2010, p.63) ainda destaca que:

Facilita a identificação dos públicos mais rentáveis; Percebe-se em quais segmentos a concorrência tem menor atuação, podendo focar em mercados menos concorridos; Definem-se mais claramente as necessidades já satisfeitas dos consumidores, e as soluções que devem ser criadas para as demandas ainda não satisfeitas, representando novas oportunidades de negócios; Facilita a adaptação dos produtos às mudanças do mercado e das preferências dos turistas; Reduz o desperdício de investimento, pois as ações passam a ser direcionadas e com objetivos específicos; Melhora a comunicação do produto e do destino, pois a linguagem e a mensagem passam a ser direcionadas para um público com características distintas.

Nota-se que cada segmento possui planos específicos para mantê-lo em atividade. Os consumidores são separados em grupos devido suas expectativas e modos de enxergar determinado serviço ser diferente. Os espaços por mais que coletivos, se diferem para manter seus negócios centralizados no público interessado, uma vez que dispersar os produtos e serviços não atingiram da mesma forma que com um planejamento mais adequado. Esta é uma maneira de alcançar ideias inovadoras, entender o comportamento do consumidor, quais suas necessidades, entre outros, a fim de acompanhar também as tendências que estão surgindo.

No turismo, a segmentação desempenha um papel importante por determinar mercados-alvos. Essa determinação acarretará no estudo acerca da demanda e definindo suas características predominantes. Essas definições impactam nas técnicas de mercadológicas de publicidade, promoção, vendas e relações públicas (LAGE, 1992, p.62).

## 2.2.1 TURISMO CULTURAL

O turismo visa, entre outros objetivos, a busca de novos segmentos e o turismo cultural pode ser apresentado como uma das grandes tendências do setor, pois existe uma intensa procura pela história e etnicidade (PUCCI *et al*, 2008, p.135) sendo assim, tem adquirido cada vez mais espaço no planejamento e promoção de destinos como forma de desenvolvimento em regiões mais tradicionais e possuidoras de costumes próprios ou singularidades. Segundo Abrahão e Bahl (2011), estas regiões possuem “atrativos monumentais, artísticos, bem como de costumes e práticas sociais tidas como tradicionais”.

De acordo com Monteiro (2014), o turismo cultural consiste na motivação de se deslocar para lugares desconhecidos com o intuito de desenvolver novas perspectivas, aumentar o conhecimento, conhecer hábitos incomuns, civilizações e costumes diferenciados, ou ainda a “satisfação de necessidades espirituais”. Seguindo esse raciocínio, pode-se destacar que o patrimônio cultural enuncia os diferentes modos pelos quais os grupos sociais definiram a sua identidade, diante de várias possibilidades de viver, sentir e agir, enquanto membros de uma realidade (Aragão e Carvalho, 2013, p. 697). Segundo Geertz (1989, *apud* Aragão e Carvalho, 2013) patrimônios culturais podem ser compreendidos “como forma de representação da memória e das identidades”, de modo a envolverem ações coletivas daquela região, e por fim, “caracterizando a dinâmica sociocultural”. Ou seja, costumes, tradições e hábitos repassados de geração para geração, que marcam a identidade de cada região.

Os conjuntos históricos são a identidade da região, a necessidade de protegê-las se dá pela perspectiva que a população deve ter da evolução, de todo o processo de transformação que a localidade já passou e está passando. Desta maneira, o IPHAN define que,

As cidades e os núcleos históricos representam as referências urbanas do Brasil. Nelas é possível vivenciar os processos de transformação do país, por meio da preservação de expressões próprias de cada período histórico. São lugares especiais de uma nação, constituem a base do Patrimônio Cultural Brasileiro e sua preservação é de responsabilidade da União, dos estados e municípios, e da sociedade civil (IPHAN, 2014).

Deste modo, compreende-se que a busca por manter a autenticidade através da proteção de patrimônios históricos se dá por meio de seus bens materiais e imateriais, ou seja, costumes repassados por gerações, conjuntos arquitetônicos, entre outros, que refletem a construção de identidade ao longo dos anos. Estas identidades por sua vez, podem-se ser apropriadas pelo turismo como forma de promoção de destino e gerar economia através do turismo cultural, o qual compreende todas as atividades turísticas relacionadas com a vivência da conjuntura de elementos significativos do patrimônio histórico, artístico e cultural, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (FIALHO *et al*, 2010, p. 14).

A importância de se proteger patrimônios materiais e imateriais estão ainda relacionados à memória, a principal responsável pela construção da identidade. Desta maneira, Brito (2013) afirma que,

Através da memória e da construção da identidade de um povo, surge o turismo com o intuito de preservar a cultura e fazer dela um produto turístico sustentável, onde normalmente quem procura este tipo de turismo tem como principal objectivo conhecer o Património material e imaterial de determinada localidade. A relação existente entre turismo e cultura é notável uma vez que o primeiro se apropria das tradições, da arte e dos artefactos culturais e rentabiliza-os, tornando-os assim sustentáveis (BRITO, 2013, p. 02).

Interpretar é apresentar lugares e culturas para um público visitante, visando enriquecer sua experiência (MURTA; ALBANO, 2005, p.141). É nessa filosofia, que se encontra uma chave para harmonizar conceitos como fortalecimento cultural, conservação e desenvolvimento, de modo que agregue à atividade turística níveis mais profundos de experiência, tornando-a significativa. Para Murta e Albano (2005), a interpretação é capaz de amenizar os impactos que o turismo causa, superando seus conflitos com o espaço visitado. Segundo as autoras, a interpretação é capaz de elevar os sentidos alheios, repassando o valor real dos patrimônios, incentivando-os a preservá-los, além de agregar conhecimento e enriquecimento pessoal.

Zanirato e Ribeiro (2006, p.01), assinalam que:

De um discurso patrimonial referido aos grandes monumentos artísticos do passado, interpretados como fatos destacados de uma civilização, se avançou para uma concepção do patrimônio entendido

como o conjunto dos bens culturais, referente às identidades coletivas.

A categoria patrimônio serviria como ponte, mediação entre dimensões que foram tratadas comumente na ciência moderna como oposições – o material e o imaterial, o sujeito e o objeto, o corpo e o espírito, o sagrado e o profano, o passado e o presente (PAES, 2009, p.01). O patrimônio, é, portanto, as formas de expressão, a integração do ser humano, um conjunto de valores.

Portador de significados e tradições, os patrimônios possuem diversas informações que podem ser repassadas. Para Biesek (2004), interpretação, é explicar o significado e o sentido do lugar em que se inseri determinado objeto de apreciação. Ou seja, pode ser feito através de “apresentação, comunicação, exploração coerente do patrimônio”.

A interpretação se desenvolve tanto em referência aos elementos culturais como ao próprio entorno, em um contexto que implica o maior número de objetos e conceitos para chegar à compreensão da realidade em toda sua complexidade (BIESEK, 2004, p.04). Os atrativos culturais que são o patrimônio cultural que cada sociedade possui se tornam um mercado em potencial para ser utilizado pelo turismo (PUCCI *et al*, 2008, p.136), entretanto, o patrimônio é compreendido como a objetivação da produção histórico-social da humanidade, e, portanto, necessita ser socializada, o que é o objetivo da educação patrimonial (MELO *et al*, 2015, p. 1060).

Para o IBRAM (2014), a interpretação está inserida em diversos campos de conhecimento, e no turismo, “a interpretação é inerente ao desenvolvimento do setor, especialmente no turismo cultura”, ou seja, a transparência e troca de informações deve existir para que não se perca a memória das regiões, sua identidade e sua evolução durante as décadas. Proporcionar experiências que agreguem cultura, que afetem suas emoções, que propiciem momentos significativos que o molde para melhor.

Murta e Albano (2002), visam a interpretação como uma ponte que estabelece uma comunicação com o visitante, de modo que maximize seus conhecimentos acerca do espaço visitado. Ou seja, estimular seus sentidos a fim de aprender o que lhe é estranho. Destaca ainda que, a atividade turística possui um grande estímulo visual, e é deste modo, que o visitante procura encontrar

singularidades no local. Com uma interpretação efetiva, a chance de o visitante compreender a essência do espaço aumenta, assim como sua permanência. Isso refletirá diretamente na satisfação do turista, uma vez que ele sentir um apreço diferenciado ao lugar de visita.

Mancini (2007), discute acerca do espaço visitado e sua relação com a interpretação. Para ela, os destinos devem construir atrativos que sejam projetados em si, a “memória e identidade” local. Pois, tanto o turista, quanto a comunidade deve aderir ao “processo de interpretação patrimonial”. É nesse sentido que Murta e Albano (2002), consideram que, investir em interpretação é “agregar valor ao produto”. Desta maneira, valoriza-se o ambiente, assim como suas tradições e costumes, contribuindo para a “diversificação do produto”, assim como resultando em diferentes “nichos turísticos” para o mercado. Vale ressaltar, que a interpretação é um grande aliado ao desenvolvimento regional, pois, remete os sentidos e significados do passado (...), melhora a qualidade de vida, preservando o patrimônio material e imaterial (MANCINI, 2007, p.06).

Os patrimônios por si só, tangíveis e intangíveis que compreendem o patrimônio cultural são considerados “manifestações ou testemunho significativo da cultura humana” (ZANIRATO; RIBEIRO, 2006, p.02). Compreende a maior parte da evolução humana, retratando os avanços, as diferenças e desigualdades, assim como se torna uma ferramenta de conexão, entre as culturas. Portanto, torna-se imprescindível considerar a interpretação como um instrumento capaz de instigar práticas sustentáveis.

A prática interpretativa deve, portanto, promover a discussão entre os vários segmentos sociais sobre aquilo que torna seu lugar especial e diferente (MURTA; ALBANO, 2002, p.10).

Sendo assim, o turismo se apropria dessas características singulares, transformando-as em produtos e serviços e vendendo ao turista memórias e identidades alternativas das quais está habituado. Turismo com base no legado cultural é aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural (BARRETO, 2000, *apud* FIALHO; DIAS, 2010).

Todavia, para que a localidade seja atraente aos olhos do turista e seja capaz de despertar a curiosidade dos visitantes, há a necessidade de preservação desses patrimônios, mantendo os recursos o mais conservado

possível, onde, segundo Mette (2005), poderá vir a ser o “grande diferencial possibilitará o destaque para uma destinação turística”.

No Brasil, o IPHAN criou um projeto pedagógico denominado “Casas do Patrimônio”. Este projeto tem como objetivo trazer ao público maiores referências acerca de tombamentos, os diferenciais dos patrimônios tombados e informações relacionadas à área da cultura. São desenvolvidas ações permanentes de educação patrimonial, oficinas e treinamentos relacionados às áreas de conservação, restauração e preservação de monumentos e espaços públicos (IPHAN, 2009). Com estas práticas, as chances atingir um número de pessoas que conheçam a importância do tombamento e praticar a preservação do mesmo, é maior.

Desta maneira, compreende-se que o turismo cultural seja um elo entre turismo e cultura, pois, nota-se neste momento que a pós-modernidade agrega à atividade turística a necessidade de fornecer experiências sociais, culturais e pessoais particulares (MELO, 2015, p.22).

## 2.2.2 TURISMO RELIGIOSO

Iguape é um município que possui ligação direta com a religiosidade, refletida em seus costumes e sua origem. O turismo religioso está presente em sua aclamada festa anual intitulada de Festa do Bom Jesus de Iguape, a qual gera o deslocamento de milhares de fiéis todo ano, através de peregrinações, missas e procissões de voto ao Bom Jesus.

Ao longo dos séculos, o Brasil tem passado por diversos processos que marcaram suas histórias religiosas, seguidos por diversos fenômenos sociais, que moldaram o circuito religioso, que para Andrade (2009), “favoreceu a secularização e o pluralismo religioso”. Para Andrade (2009), a “fase contemporânea” agrega aos ideais religiosos, uma fé associada à “teatralidade da experiência religiosa”, expressas em diversos movimentos sociais e manifestações culturais, “dando ao culto a feição de espetáculo”. Sendo estas “experiências religiosas contemporânea” reproduzidas nas mais distintas ofertas religiosas, mesmo nas da vertente protestante, por natureza mais racionalizantes (ANDRADE, 2009, p.110).

Para Aragão e Macedo (2011), as procissões religiosas acarretam em diversos fluxos de pessoas ao ano, sendo elas através de pagamento de promessas, pedidos de graça, entre outros, que geram deslocamento de pessoas, motivadas por essas experiências religiosas. Estas tradições, portanto, através de festas religiosas, mantêm viva a tradição das comemorações dentro dos espaços das cidades coloniais, possibilitando assim, que os acontecimentos festivos, tornem-se um verdadeiro patrimônio cultural (ARAGÃO; MACEDO, 2011, p.401).

As festas religiosas por sua vez, como fenômeno cultural, têm sido redescobertas e revitalizadas como um fértil campo de investigação histórica, transcendendo sua visibilidade e revelando crenças e vivências demarcadas por um tempo e uma identidade coletiva (JURKEVICS, 2005, p.74). Suas tradições ultrapassam gerações, delineando o que atualmente são consideradas costumes entre as sociedades, e podem ser ricas fontes de conteúdo a serem explorados pelo turismo. Ou seja, nesse âmbito, quando o tema é o turismo com demanda religiosa, destacam-se elementos culturais, simbólicos e híbridos (ARAGÃO, 2008, p.54).

Ao se naturalizar o termo "turismo religioso": operou-se um deslocamento etimológico no significado das palavras/termos, o que permite inferir as transformações operadas no eixo religião/política/turismo/cultura (SILVEIRA, 2007, p.38). Sendo este, práticas interligadas à religião, operadas por agentes turísticos, que demandam de diversos serviços turísticos a fim de organizar viagens para locais sagrados, eventos ligados à evangelização, festas religiosas periódicas, espetáculos de cunho religioso (SILVEIRA, 2007, p.38).

Para Ribeiro (2004), o turismo transforma os espaços onde suas atividades são praticadas, assim como os atores sociais envolvidos. Projetando perspectivas e “adaptando as localidades a essas expectativas”. É nesse sentido, que o autor discute a relação das mudanças causadas pelos serviços turísticos e seus impactos acerca das manifestações culturais. Para ele, o interesse existente em apropriar-se de tais manifestações culturais através do turismo se dá pela sua potencialidade, originalidade e costumes singulares ao projetar tais eventos, entretanto, alerta às mudanças que podem ocorrer através do uso em massa, resultando em alterações indesejadas, perdendo o sentido de originalidade.

Aragão e Macedo (2011), consideram as festas religiosas responsáveis pelo deslocamento de um considerável número de pessoas em busca de “equilíbrio psicológico, fuga do cotidiano, lazer ou mesmo enriquecimento cultural”. É neste contexto, que o turismo religioso é um importante segmento do mercado turístico que envolve dois dos mais importantes fenômenos sociais do mundo contemporâneo: Turismo e Religião (PEREIRA *et al*, 2008, p.03).

Pereira *et al* (2008), através de análises acerca do turismo religioso, considera o presente segmento como uma “ferramenta de diálogo entre culturas e religiões”, onde, é uma atividade que se encontra vinculada ao campo do sagrado e ao contexto cultural (ARAGÃO, 2008, p. 54), pois, os elementos que formatam as comemorações religiosas estão inseridos nas categorias patrimoniais da região (ARAGÃO; MACEDO, 2011, p.402).

Para Silveira (2007), o turismo religioso tornou-se para agentes religiosos, empresários e poderes públicos, uma “oportunidade de negócio”, assim como “desenvolvimento socioeconômico de uma determinada região”. É neste sentido que o segmento vem ganhando força desde sua formação. Em diversas localidades espalhadas pelo mundo, vê-se a força cultural enraizada em práticas religiosas, capazes de movimentar milhares de fiéis, assim como não-fiéis, que têm se transformado em práticas de consumo (SILVEIRA, 2007, p. 41).

Entretanto, vê-se no turismo religioso, uma prática social realizada como forma de elevar-se espiritualmente, assim como agregar conhecimento, conhecer novas culturas e minimizar a ignorância dentre as sociedades. É motivado em maior ou menor grau, pelo aspecto religioso, embora o atrativo turístico religioso possa dotar diferentes formas, sempre atende as necessidades daqueles que buscam o contato divino (TEIXEIRA; JÚNIOR, p.11).

### 2.2.3 PROCESSO DE ROTEIRIZAÇÃO TURÍSTICA

O processo de roteirização exige algumas formalidades para que o egresso seja bem-sucedido.

Desta maneira, compreende-se que os roteiros devem ser elaborados a partir da identificação da oferta turística efetiva, ou a demanda turística efetiva ou potencial, sua operacionalização deve ser feita por meio da promoção e da comercialização (BRASIL, 2007, p.21).

Sendo assim, Ministério do Turismo explica cada um dos itens necessários para a adequação do processo de roteirização, sendo eles: oferta turística efetiva, são aqueles produtos e serviços efetivamente existentes na região; demanda turística efetiva, é aquela efetivamente consumida pelos turistas que chegam ao município; demanda potencial, aquela que pode vir a ser consumida, por ter “determinado nível de oferta”. Destaca ainda que, é necessário um inventário prévio da região, conhecendo sua atual situação, além dos municípios em potencial que poderão vir a interagir com o roteiro. O inventário deve-se ser realizado pela Instância de Governança Regional, juntamente com os demais “atores sociais envolvidos” no processo.

Ministério do Turismo (2007, p.21), a análise situacional do município deverá seguir três passos essenciais:

1. Levantar e sistematizar informações, estudos, projetos e inventários referentes à oferta e à demanda turística;
2. Identificar as linhas de financiamento existentes ou a capacidade de investimentos públicos e privados da região turística;
3. Identificar a capacidade empresarial para fins de promoção e comercialização.

Contudo, as seguintes orientações não foram instituídas no presente trabalho, ficando apenas como orientação a serem seguidas.

Assim como Instância de Governança Regional, deverão ser envolvidos no processo, os seguintes órgãos: representantes do poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino (BRASIL, 2007).

O MTur (2007) ainda destaca os devidos passos a serem seguidos posteriormente: avaliar e hierarquizar os atrativos turísticos, analisar o mercado e

definir os segmentos, identificar possíveis “impactos socioculturais, ambientais e econômicos”, elaborar o roteiro específico, levantar as informações que tornarão o roteiro possível, definir preços a serem cobrados, qualificar os serviços, promover e comercializar, por fim, realizar a monitoria e avaliação.

## 2.2.4 ROTEIROS TURÍSTICOS

O turismo está inserido em um universo de divertimentos e prazeres maior que é o universo do lazer, sendo articulado por um vasto e complexo conjunto de atividades (TRIGO, 1998, p.15). Responsável por articular diversas atividades ao mesmo tem vários espaços diferentes, o setor abrange dos mais diversos produtos e serviços, com um leque infinito de opções. Neste sentido, os roteiros são estratégias comerciais que englobam diversas ofertas e serviços em determinadas regiões dos destinos, determinando um espaço geográfico, pré-determinado, as quais são adaptadas para serem vendidas ao cliente final, capazes de sintetizar ao visitante, todo o leque de opções disposto a ele na região.

Segundo o MTur (2010),

Os roteiros turísticos têm um papel estratégico para o desenvolvimento regional, porque descentraliza o fluxo turístico, estimula a visita entre vários pontos e, desta forma, gera negócios para o comércio (bares, restaurantes, pousadas), com impactos positivos na economia (BRASIL, 2010, p.75).

Desta maneira, compreende-se que os roteiros são capazes de influenciar no desenvolvimento de uma região, com sua capacidade de giro de fluxos, encaixando turistas em regiões menos concentradas e de certo modo, auxiliar o turista no descobrimento de novos atrativos e espaços de recreação, além de beneficiar economicamente os atores envolvidos no processo.

Para reforçar a execução de roteiros nos destinos, Bahl (2015, p.03) afirma que:

Através dos roteiros turísticos pode-se trabalhar uma gama muito ampla de atividades ligadas ao planejamento turístico espacial. Tem-se a oportunidade de se desenvolver uma série de produtos que atinjam âmbitos diferentes desde os roteiros que possuem uma

vinculação espacial local até aqueles que podem abarcar aspectos mais macros associados a ofertar roteiros de cunho mais amplo.

Portanto, a ideia de roteiro pode ser uma forte alternativa se bem planejada e estruturada para resolver problemas com distribuição de fluxos turísticos, assim como sazonalidade em regiões com o turismo desenvolvido e com potencial.

Entretanto, segundo o MTur (2007), se faz necessário a identificação do potencial dos atrativos, pois é a partir da identificação, que se inicia o processo de roteirização, a fim de atrair turistas para aquela localidade, pois, há uma demanda infinita por variados serviços e deve-se ter certeza de qual papel desempenhar.

Segundo Murta (2005), o roteiro histórico-cultural requer qualidades especiais para apresentar ao turista, como bom estado de conservação, culturas preservadas, assim como comunidades locais que estejam preparadas e valorizem a atividade turística. Desta maneira, a autora destaca ainda que o roteiro deve ser planejado após ser levado em consideração três pontos chaves, que ela os considerada “blocos de ação imediata”, sendo eles: 1. Ações para valorizar as atrações histórico-culturais, com programas e campanhas que estimulem a visitação desses patrimônios, juntamente com a comunidade e agentes de turismo, de modo que todos os envolvidos no processo reconheçam a importância dos atrativos em questão além de contratar guias especializados, capacitar professores e repassar às escolas a essência do patrimônio; 2. Ações para qualificar os atrativos e a região, de forma que entre em concordância com a essência histórica da localidade, implementar políticas públicas que envolvam os atores sociais do processo, para que a preservação seja contínua; 3. Elaborar novas atrações dos mais diversos segmentos, de forma que funcionem como âncoras<sup>1</sup> dos roteiros, para oferecer opções ao visitante.

Para Bahl (2015), os roteiros são resumos pré-determinados, que integram os elementos que compõem as viagens, as quais seguem determinados “trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar”. Em relação ao aspecto espacial, Bahl (2015), ainda explica que os roteiros são divididos basicamente em nacionais e internacionais, com várias modalidades que

---

<sup>1</sup> Trata-se de edificações e atrativos capazes de garantir consideráveis números de visitantes e consumidores. Segundo Murta (2005), pode ser considerado atrativo âncora, parques, atrativos naturais (...) produtos típicos, centros históricos, entre outros.

os compõem, advindas de produtos e serviços turísticos, que envolvem a comunidade e os agentes de viagens.

No quadro a seguir, destaca-se de modo sintetizado, as diretrizes que compõem os roteiros nacionais e internacionais, segundo Bahl (2015):

QUADRO 1 - ROTEIROS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

TIPOLOGIA	SUBDIVISÕES	ELEMENTOS DE INTERESSE TURÍSTICO
ROTEIRO NACIONAL	Municípios; Estados; Regiões.	Estrutura urbana; Acesso; Circulação; Serviços; Elementos de interesse turístico (monumentos, igrejas, museus, etc.)
ROTEIRO INTERNACIONAL	Continentais; Intercontinentais; Volta ao mundo	Estrutura urbana; Acesso; Circulação; Serviços; Elementos de interesse turístico (monumentos, igrejas, museus, etc.)

FONTE: Adaptado de Bahl (2015).

É importante ainda destacar, que a questão espacial é de suma importância para a elaboração dos roteiros, ordenação de atrativos considerados de interesse para a elaboração de um roteiro e que servem de demonstrativo da paisagem e da cultura local (BAHL, 2015, p.04).

De acordo com o CETAM<sup>2</sup> (2010), os roteiros turísticos possuem alguns critérios de classificações que os compõem, sendo eles:

QUADRO 2 - CLASSIFICAÇÃO DOS ROTEIROS TURÍSTICOS

CLASSIFICAÇÃO	CARACTERÍSTICA
Local de elaboração	Roteiros Emissivos; Roteiros Receptivos
Agente organizador (órgão público ou iniciativa privada)	Secretarias de turismo (municipal ou estadual); Agências de viagens, operadoras, especialista na edição de guias turísticos e revistas especializadas, entre outros
Comercializados	Roteiros com base em motivações genéricas, já que serão oferecidos de forma regular a um público eclético
Não	A liberdade de escolha individual permite também maior

<sup>2</sup> Centro de Educação Tecnológica do Amazonas.

Comercializados	flexibilidade no momento de elaborar os roteiros, não exigindo rigidez em relação ao tempo de permanência, horários e atividades realizadas
-----------------	---

FONTE: Adaptado de CETAM (2010).

De acordo com Tavares (2002, *apud* CETAM, 2010), há variados tipos de roteiros e suas características os identificam.

A seguir, o quadro abaixo sintetizará a tipologia e suas respectivas características de cada roteiro.

### QUADRO 3 - TIPOLOGIA DOS ROTEIROS

TIPOLOGIA	CARACTERÍSTICAS
<i>Forfait</i>	Elaborado para cada cliente, cada destino e época de viagem; e por ser personalizado, o <i>forfait</i> não permite a comercialização generalizada
Excursão	Elaboradas por agências ou operadoras de viagem. São organizadas para serem efetuadas em grupo que se conhecem no início da viagem, incluem mais de três dias e no mínimo duas localidades visitadas, com programação de lazer e de alimentação, hospedagem, roteiros menores chamados <i>city tours</i> ou visitas pela cidade
Excursão (2)	Passeios curtos de ida e volta no mesmo dia, com a permanência média de um dia ou menos para uma única localidade, o roteiro é efetuado em ônibus fretados para grupos que possuam contato entre si: amigos, grupos de escolas, empresas, etc.
Pacotes	Roteiros de organização similar às excursões, mas menos complexos. Sua programação não permite alteração e raramente ultrapassa duas localidades, o que permite a redução de custo do produto final e torna o pacote mais acessível ao consumo.
<i>City tour</i>	Roteiros menores, chamados de visita à cidade ou <i>sightseeing</i> <sup>3</sup> , passeio de reconhecimento com explicação contextualizada sobre os aspectos sociais, econômicos e culturais.

FONTE: Adaptado de CETAM (2010).

O *city tour*, por sua vez, possui sub características que moldam o plano do roteiro. Segundo CETAM (2010), eles estão configurados em cinco, sendo eles:

1. *City tour* básico: são roteiros que incluem a visita aos principais atrativos turísticos da cidade;
2. *City tour* panorâmico: são roteiros

<sup>3</sup> Termo utilizado para se referir a quem faz turismo. "Passear" na tradução livre.

efetuados em veículos motorizados, que não preveem paradas para visitas internas em praticamente nenhum dos atrativos. Fornece informações gerais sobre o contexto histórico social e cultural do local; 3. *City tour* monumental: são roteiros que percorrem os atrativos mais expressivos de uma cidade. Normalmente é selecionado um número menor de atrativos e prevê a parada para visitação interna na maioria deles; 4. *City tour* motivacional: são tours direcionados para o público com interesses específicos e não para o público em geral. Os atrativos são selecionados por possuírem características similares, e os roteiros podem ser históricos, culturais, de compras, etc.; 5. *By nights*: são *city tours* efetuados à noite. Nesse tipo de passeio os turistas têm uma visão noturna da cidade com segurança e conforto. Incluem principais monumentos iluminados da cidade e terminam com paradas predeterminadas em restaurantes, casas noturnas, casas de show ou teatro (CETAM, 2010, p. 33-34).

É de suma importância que os atrativos turísticos são locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los (CETAM, 2010, p.35). As verificações dos espaços reconhecidos devem ser consultadas de modo a identificar se eles atendem aos requisitos necessários para entrar nos roteiros, com a finalidade de tornar comercial ou não, além de atender às expectativas e necessidades dos turistas.

### 2.3 ROTEIROS INTERPRETATIVOS

O planejamento interpretativo sinaliza como saída para o uso sustentável do mesmo, pois, ele estabelece uma relação entre este atrativo com o visitante oferecendo informações que o levam a revelar sua identidade (PUCCL; CARDOZO, 2008, p.01). O intuito de elaborar técnicas que desperte nos visitantes a necessidade de obter conhecimento acerca de determinados espaços, vê-se a interpretação, como uma forma de sensibilização referente aquele espaço visitado, uma troca de informações mais aprofundada, conectando o visitante à originalidade.

Para Mancini (2007, p.07):

A interpretação torna-se uma forma utilizada para formatar roteiros culturais mais atrativos e com maior qualidade do ponto de vista dos turistas, e, no que diz respeito a comunidade, a interpretação poderá contribuir também em fornecer referências identitárias a ela (...). Essa pode se tornar uma maneira para buscar desenvolver o turismo cultural como atividade sustentável.

Desta maneira, para compreender os dois conceitos mencionados e entender sua ligação, destaca-se primeiramente a relação da interpretação com os espaços em que ela ocorre, pois, interpretação é um ato intimamente ligado à comunicação: interpretar é receber uma informação e compreende-la para possivelmente repassá-la (BIESEK; CARDOZO, 2012, p.115). Referindo-se ainda aos ideais de Biesek e Cardozo (2012), a interpretação de um patrimônio, por exemplo, assume o papel de transmitir ao visitante o papel que sua visita empenha ao local em questão, pois, mesmo existindo diversos tipos de patrimônio, são executados vários métodos de comunicação para repassar a essência daquele ambiente. Segundo Biesek e Cardozo (2012):

Todo esse esforço aguça a percepção do visitante, transporta-o muitas vezes no tempo, inunda-o com a cor local, valorizando assim a visita como um todo: o patrimônio que passa a ser compreendido amplamente e possivelmente após isso respeitado, e quem o visita se sente valorizado ao perceber que todo aquele esforço de comunicação teve como reto a sua compreensão do que é mostrado. É um convite à imaginação (Biesek e Cardozo, 2012, p.115)

Os roteiros estão cada vez mais presentes por possuírem de antemão itinerários compostos pelos atrativos de interesse e os serviços que o turista necessita. Além de que, sua correta implementação pode contribuir para o aumento do fluxo de turistas para um determinado destino, assim como para aumentar seu tempo de permanência e os gastos que realizam (BRASIL, 2007, p.13).

Desta maneira, unificar a interpretação aos roteiros turísticos podem alavancar o turismo cultural, por possui o potencial de sensibilizar o visitante, instigar sua curiosidade, maximizar sua percepção referente aquele atrativo que está sendo visitado. Incontáveis destinos possuem sua identidade cultural preservada, a fim de manter costumes e tradições conservadas, e o turismo cultural lida com essas singularidades de forma prática, de modo que o turista possa conhecer novos hábitos e práticas sociais.

A interpretação pode ser um poderoso aliado do desenvolvimento local sustentável (MURTA; ALBANO, 2002, p.10). Portanto, roteiros interpretativos assumem um papel comunicador, com o objetivo de passar adiante conteúdos referentes ao espaço. Pode ser uma possibilidade de converter uma visita em

uma vivência, ampliando a compreensão e o contato, fazendo com que o visitante entenda a importância daquele ambiente (BIESEK; CARDOZO, 2012, p.115).

## 2.4 IGUAPE

Considerada Cidade Berço da Colonização Japonesa no Brasil, localizada no Estado de São Paulo, Iguape é uma das cidades mais antigas do Brasil, sendo sua real data de fundação ainda desconhecida, porém, com registros datados do século XVI. Sua data de fundação ficou registrada, portanto, em 03 de dezembro de 1538. O município dispõe de diversos pontos turísticos voltados a atrativos histórico-culturais além de turismo de natureza.

Seu conjunto arquitetônico localizado no centro da cidade remonta às datas de colonização, apresentando diversas características formais do urbanismo português (IPHAN, 2014). Em setembro de 2011, o conjunto histórico e paisagístico de Iguape foi tombando pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), sendo o primeiro conjunto urbano do Estado a ser protegido pelo IPHAN, como paisagem cultural (IPHAN, 2014).

Iguape possui o maior centro histórico e arquitetônico preservado do Estado, com 64 imóveis em estilo colonial português, entre eles casarões e igrejas (SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO DE SÃO PAULO, 2016), além de abrigar o início do trecho da Mata Atlântica na Serra da Juréia, a qual foi declarado Reserva da Biosfera, pela Unesco, em 1991 (IPHAN, 2015).

De acordo com a Secretaria de Estado do Turismo de São Paulo (2016), anualmente, mais de 15 milhões de pessoas visitam o Estado de São Paulo devido o Circuito Religioso Paulista, sendo a Estância Turística de Aparecida responsável por 80% dos fiéis (12 milhões). A cidade de Iguape está dentre os municípios do Estado que movimentam o circuito religioso através da Festa do Bom Jesus de Iguape.

Com o maior centro histórico e arquitetônico preservado do Estado de São Paulo, Iguape é um município que abriga 64 imóveis em estilo colonial português, entre elas casarões e igrejas, as quais possui construções realizadas com técnicas como a taipa francesa e a taipa de pilão (SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO, 2016). As famosas igrejas da cidade construídas por escravos entre

os anos de 1782 e 1852, recebem dezenas de fiéis no período com maior concentração de turistas no município, o qual ocorre a Festa do Bom Jesus de Iguape, responsável por cem por cento da ocupação hoteleira nas datas em que ocorre.

Sua arquitetura remonta a história e ciclos econômicos importantes. De acordo com o IPHAN (2009), suas casas e sobrados foram erguidos no século XVI, no período em que o Ouro ainda estava sendo explorado, há também imóveis “ligados à construção naval a partir de meados do século XVIII”, e aqueles que “representam da cultura de arroz no século XIX”.

Em 13 de abril de 2009, a prefeitura de Iguape assinou o termo de cooperação para instalar no Centro Histórico a primeira Casa do Patrimônio, do Estado de São Paulo. O local foi cedido com o objetivo de diálogo entre o instituto e a sociedade, por meio de exposições, debates, oficinas e outras atividades relacionadas ao tema da preservação patrimonial (IPHAN, 2009).

O município possui uma forte cultura relacionada à religiosidade, além de dispor de costumes caiçaras na região. É composta por rios, morros, manguezais, praias e cachoeiras, além de ser contemplada com singulares ecossistemas associados, além das Reservas de Mata Atlântica do Sudeste, tombadas pela UNESCO no ano de 1999 como Patrimônio da Humanidade (SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO, 2016).

#### 2.4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

A história do município começou quando em uma das regiões do Vale que mais tarde foi chamada de Icapara, tornou-se o núcleo dos primeiros povos a se instalarem no espaço, no início do século XVI. De acordo com Nascimento e Scifoni (2015), para proteger-se de ataques piratas e de corsários, juntamente com a busca por água potável, levou a população a se mudar para a base do Morro Espia, a qual mais tarde se tornaria a atual Iguape, em 1614. Em 1647, pessoas que se encontravam pela praia perto da cidade, encontraram uma imagem de Jesus no mar, a qual havia vindo de uma embarcação de Portugal que fora atacada por piratas e jogada no mar. A imagem, que foi levada até o litoral sul pelas ondas, passou mais tarde a ser um símbolo de fé, que posteriormente

foi colocada no altar da igreja, dando origem à popular festa local, conhecida atualmente como Procissão do Bom Jesus de Iguape, considerada a segunda maior festa religiosa do Estado. No início, a imagem havia sido carregada e lavada por moradores pelo riacho localizado entre as encostas do Morro Espia, que passou a ser chamado como a Fonte do Senhor e guarda uma importante lenda da cidade que ganhou notoriedade após a publicação do conto de Albert Camus, “A Pedra Que Cresce” (NASCIMENTO *et al*, 2015, p.32).

No século XIX, Iguape abrigava um importante Porto Marítimo, que anos mais tarde, fecharia, mas que deixaria um legado notório para o município. O espaço em que o Porto havia sido concebido, foi incorporado ao perímetro do tombamento. Faz parte também desse setor, um canal de águas artificial, aberto para facilitar o escoamento da produção de arroz e a interligação entre o Porto Fluvial e o Marítimo: o chamado Valo Grande (NASCIMENTO *et al*, 2015, p.33).

De acordo com Pissato (2018), Iguape foi alvo do IPHAN para tombamento por duas vezes, antes da efetivação. Porém, nos períodos em que houvera interesse por parte do órgão para tombá-lo, o conjunto urbano não se encaixava nos padrões exigidos pelo órgão, até então denominado SPHAN. Na época, Iguape foi considerada com “pouco valor individual e falta de originalidade nas edificações”. Posteriormente, em 1968 se deu novamente o pedido de tombamento, porém negado novamente. Portanto, tombar somente as construções significaria apartar da compreensão de sua formação histórica esses elementos e as relações tecidas com a natureza (NASCIMENTO *et al*, 2015, p.32).

O valor que o conjunto urbano de Iguape possui foi reconhecido em dezembro de 2009, data em que foi tombada pelo IPHAN como Patrimônio Nacional. De acordo com o IPHAN (2009), o conjunto urbano possui importância não só como “processo histórico da formação e ocupação do território brasileiro”, mas também no desenvolvimento do país, pois, na época da colonização, marcos históricos como o Ciclo do Ouro no século XVI, cultura do arroz, no século XIX, e a do chá, no século XX, contribuíram diretamente para o crescimento do Brasil. Em 2009, a área proposta para tombamento de Iguape compreende o centro histórico, o antigo sistema portuário fluvial e marítimo, incluindo o Canal do Valo Grande e o Morro da Espia (IPHAN, 2009).

Em relação ao turismo e políticas públicas, Iguape possui o COMTUR (Conselho Municipal de Turismo), O CITUR (Centro Integrado de Turismo) e o Centro Cultural.

De acordo com a Secretaria de Estado do Turismo, sua infraestrutura está estimada em cerca de 450 leitos, incluindo hotéis, pousadas, chalés e campings.

Em relação à gastronomia, Iguape possui diversos restaurantes que dispõem ao turista a típica comida caiçara, as quais são servidos moqueca de manjuba, a tainha fresca recheada e assada na folha de bananeira e a caldeirada (Família Mueller, 2011).

#### 2.4.2 IGUAPE E O LEGADO CULTURAL E RELIGIOSO

Iguape possui uma relação com a religiosidade refletida em diversos aspectos do município. Dentro destes aspectos, inclui seus atrativos turísticos, um marco que não deve ser ignorado, devido suas origens abrigarem acontecimentos que deram início a costumes que perduram até os dias atuais. A exemplo disso, todo ano ocorre a aclamada Festa do Bom Jesus de Iguape, no final de julho e primeira semana de agosto. Para Pereira *et al* (2008), várias regiões do mundo, incluindo o Brasil, as quais são adeptas do turismo religioso, são “marcados por devoções oficiais ou populares de religiões”, incluindo município de Iguape na lista, consideradas “núcleos receptores importantes em termos da fé”. Também encaram este segmento para além das relações religiosas quando trata-se de turismo, pois, “pelo *merchandising* e pelo marketing superam as manifestações de fé e as próprias motivações religiosas”.

Segundo Pereira e Christoffoli (2013, p.99), Iguape dentre os anos 1700 e 1900 foi o destino com maior força no âmbito religioso:

Manteve-se como o maior centro de religiosidade tradicional do litoral de São Paulo, isto é, nele se desenvolveram e mantiveram-se as formas antigas de relação dos fiéis e devotos com seus santos (procissões, caminhadas, peregrinações, adoração das imagens, ex-votos, e, principalmente a pouca presença dos ritos católicos (missas, confissão, batismo, etc.), na intermediação da obtenção das graças desejadas).

Portanto, entender os aspectos relacionados ao turismo religioso auxiliará na construção do trabalho e a entender os procedimentos que ocorrem neste segmento.

As festividades e tradições religiosas são uma ferramenta muito utilizada para se explorar a cultura e as crenças de determinado povo, a fim de entender melhor as origens do pensamento coletivo e seu comportamento. Desta forma, segundo Wernet (1987, *apud* Jurkevics, 2005, p.76) diz que:

A religião era o núcleo firme da convivência, foi ela que impregnou todas as manifestações da vida social. As festas e manifestações religiosas constituíam uma forma de reunião social, sobretudo nas regiões rurais, dos engenhos e fazendas isoladas. O sagrado e profano andavam unidos e juntos. As procissões e as festas religiosas quebravam a monotonia e a rotina diária, sendo, na maior parte das vezes, uma das poucas oportunidades para o povo se distrair e se divertir (Wernet, 1987, *apud* Jurkevics, 2005, p.76).

Levando-se em consideração o ponto de vista de Wernet (1987), pode-se considerar que as festividades religiosas eram formas de recriação, as quais reuniam o povo em determinados períodos e pelo fato das ofertas àquelas pessoas serem escassa, essas festas se tornavam cada vez mais comuns e contínuas, como forma de celebrar e fugir da rotina. Desta maneira, compreende-se que, por ser contínua, as atividades desempenhadas eram passadas adiante, mantendo-se o mais intacto possível, tornando-se tradição.

O turismo religioso está voltado aos retiros, peregrinações, romarias, comemorações religiosas, visitações a espaços e edificações religiosas (MORENO, 2015, p.03). Desta maneira, engloba diversas atividades que além de acarretar na geração de economia na região, pode ser alvo de estudos para compreender os aspectos tradicionais daquela localidade.

Entretanto, Caponero e Leite (2010) trazem uma discussão acerca dos avanços que o turismo tem alcançado. Segundo eles, cabe questionar as festas populares são fortes o suficiente para enfrentar a modernização do turismo e juntamente, os impactos que causa. Para eles, essa modernização pode acarretar no “enfraquecimento” ou até a “perda” da devoção, ocasionando o esquecimento do sentido próprio e historicidade da festa. Salientam ainda que em estudos referentes à essas manifestações, faz-se necessário o abandono da análise das tradições para melhor compreensão das “novas” festas, cabe estabelecer as

relações entre a tradição, a modernização e os percalços sociais e políticos locais (CAPONERO; LEITE, 2010, p.102).

Considerando-se que, os costumes e as tradições por trás da Festa do Bom Jesus de Iguape, faz parte da cultura do município, e possui uma trajetória significativa desde o início do ritual, retoma-se outros atrativos de Iguape que possuem ligação com a religiosidade e atraem turistas para atividades de lazer e recreação.

Segue relação dos atuais atrativos do município que possuem ligação direta com a cultura religiosa e histórica do município, segundo o Guia Turístico de Iguape<sup>4</sup>:

---

<sup>4</sup> GUIA TURÍSTICO DE IGUAPE. Disponível em: <http://www.iguape.tur.br/cultura.htm>. Acesso em: 10 maio 2019.

QUADRO 4 - CARACTERÍSTICAS DOS PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE IGUAPE/SP

ATRATIVO	CARACTERÍSTICAS	SEGMENTO
Basílica do Bom Jesus de Iguape	Milagres com objetos deixados pelos devotos por graças recebidas. A festa em louvor aos padroeiros é comemorada nos dias 5 e 6 de agosto.	Turismo Cultural; Turismo Religioso
Centro Histórico	Compreende o maior centro histórico e arquitetônico preservado do Estado de São Paulo com 64 imóveis em estilo colonial português entre eles casarões e Igrejas.	Turismo Cultural
Fonte do Senhor Bom Jesus de Iguape	Abriga uma gruta onde conta a história foi lavada a imagem do Senhor Bom Jesus de Iguape e por isso recebe milhares de visitantes durante o ano e especialmente durante a Festa em homenagem ao santo.	Turismo Cultural; Turismo Religioso
Igreja de São Benedito	Construção do final do século XIX reuniu os seguidores da Irmandade de São Benedito. Hoje recebe devotos de todos os lugares especialmente no dia 6 de janeiro quando é comemorado o dia de São Benedito sendo também feriado municipal.	Turismo Religioso
Mirante do Cristo Redentor	O mirante é um dos recantos mais visitados de Iguape. O acesso pode ser feito com automóvel de passeio motos bicicletas ou a pé. É um dos pontos de partida para a Trilha Ecológica do Morro do Espia.	Turismo Religioso; Ecoturismo
Museu de Arte Sacra de Iguape	Instalado na Igreja do Rosário (entrada lateral) datada do século XVIII o Museu de Arte Sacra recebeu reforma no prédio e restauração em seu acervo constituído por cerca de 100 peças dos séculos XVIII e XIX envoltas em vitrines de acrílico. São santos pratarias estandartes religiosos e relíquias do passado e da história religiosa da cidade.	Turismo Cultural
Museu Histórico e Arqueológico	Localizado no centro histórico está instalado no prédio onde existiu a 1º Casa de Fundação de Ouro do Brasil no século XVII. Na exposição histórica são encontrados painéis gráficos e fotográficos	Turismo Cultural

	<p>objetos e documentos sobre a escravatura e os ciclos do ouro e arroz. Na exposição arqueológica encontram-se sinais da ocupação pré-colonial como objetos líticos ósseos e cerâmicos encontrados nos sambaquis e confeccionados por grupos humanos da Pré-História Brasileira.</p>	
--	---	--

FONTE: Guia Turístico de Iguape (2011).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa é qualitativa de caráter exploratório e descritivo, com a finalidade de maximizar o conhecimento acerca da dinâmica do turismo cultural, dos roteiros interpretativos e a interpretação dos patrimônios, assim como o turismo e os atrativos turísticos do município de Iguape/SP. Desta maneira, Gil (2002), explica que para obter maior familiaridade com o problema, “torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”, é mais indicado uma pesquisa exploratória, a qual envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (Selltiz *et al*, 1967, *apud* Gil, 2002). Ainda destacando as palavras de Gil (2002) referente à pesquisa descritiva, explica que essa em particular, possui o objetivo primordial de descrever as características do objeto de estudo, podendo este ser uma “população ou um fenômeno”, e seus métodos de coleta de dados mais significativos é através de questionários e observações sistemáticas.

Para que os objetivos específicos fossem alcançados, as fontes utilizadas partiram das primárias, constituídas pela bibliografia que propicia o embasamento teórico do assunto pesquisado, ou seja, é a bibliografia básica para aquele assunto, e secundárias, que por sua vez, compreende a bibliografia

complementar, ou seja, aquela que serve de apoio para o assunto estudado (FACHIN, 2005, p.121).

Sendo o primeiro, segundo e quarto objetivo específico (1. Analisar quais métodos facilitam a interpretação do patrimônio durante a realização do roteiro interpretativo; 2. Identificar quais atrativos possuem legados históricos no município; 4. Propor um roteiro interpretativo para o município de Iguape/SP) utilizou-se de fontes secundárias, com materiais já existentes, como livros, artigos científicos e periódicos sobre turismo cultural, feitos por autores dos respectivos assuntos, assim como sites oficiais de Iguape.

O terceiro objetivo (analisar a interação do visitante com os atrativos turísticos do município), foram utilizados fonte de dados primários, através da pesquisa de campo. Segundo Gil (2002), a pesquisa de campo consiste na observação de um grupo social ou comunidade, ressaltando “a interação entre seus componentes”.

Os dados coletados através da fonte primária, foram dados através de um questionário com a diretora do departamento de turismo de Iguape (Apêndice 2), e através de questionário com turistas e/ou excursionistas que estiveram em Iguape. O questionário em questão, foi aplicado em dois finais de semana, sendo a primeira parte no primeiro final de semana do mês de julho, fora de temporada e a segunda parte durante a Festa do Bom Jesus de Iguape, tradicional festa que ocorre anualmente e movimenta a maior concentração de turistas no município, no final de julho. O questionário foi aplicado em duas partes, a fim de medir a motivação do turista para deslocar-se e visitar o município.

### 3.1.1 TÉCNICAS E COLETAS DE DADOS

As técnicas e coletas de dados foram realizadas primeiramente através de dados secundários, por livros, periódicos, sites e planos governamentais, que levantam em suas discussões os respectivos conceitos abordados ao longo do trabalho. Entende-se por levantamento bibliográfico todas as obras escritas, bem como a matéria constituída por dados primários ou secundários que possam ser utilizados pelo pesquisador ou simplesmente pelo leitor (FACHIN, 2005, p.122). Estes métodos foram utilizados a fim de compreender de forma mais abrangente,

os conceitos de turismo cultural, assim como os processos de roteirização turística, interpretação do patrimônio e roteiros interpretativos. Esta etapa constituída pela pesquisa bibliográfica e documental, tem como objetivo compreender de forma mais aprofundada os conceitos, além de auxiliar na análise dos objetivos 1 e 2 (Analisar quais métodos facilitam a interpretação do patrimônio durante a realização do roteiro interpretativo; identificar quais atrativos possuem legados históricos no município), como afirmar ou constatar a hipótese formulada no início da pesquisa (Iguape possui potencial para ser explorado como um atrativo cultural).

Para o terceiro objetivo (analisar a interação do visitante com o município de Iguape), recorreu-se à análise de campo, em forma de etapa exploratória que, segundo Gil (2002), é uma fase onde o pesquisador busca obter o maior entendimento possível acerca dos fatores que exercem influência na situação em que o objeto de estudo se encontra. Nesta etapa, foram aplicados questionários (Apêndice 1) voltados à motivação do turista ao visitar Iguape, assim como seu entendimento acerca da história do município, com a finalidade de analisar a atual influência que o turismo cultural tem tido na cidade e sobre os visitantes.

O roteiro de entrevista (Apêndice 2) elaborado com a finalidade de obter maiores informações referente às influências do turismo cultural em Iguape, foi direcionado aos membros do Departamento de Turismo de Iguape. Esses dados foram utilizados para análise dos efeitos que o turismo cultural tem tido, identificar o que poderia ser feito e realizar um comparativo com os dados obtidos através dos questionários com os turistas.

### 3.1.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

A hipótese e os respectivos objetivos apresentados, possuem a necessidade de embasamento de autores que discorrem acerca dos assuntos relevantes trabalhados ao longo da pesquisa. Desta maneira, utilizou-se do fichamento de leitura, para os seguintes temas: roteiros turísticos, roteiros interpretativos e interpretação do patrimônio.

O fichamento de leituras auxiliou juntamente com o delineamento de pesquisa, a elaboração do roteiro de entrevista ao Departamento de Turismo e aos turistas.

O roteiro de entrevista que foi aplicado com os membros do Departamento de Turismo de Iguape, tem a finalidade de apresentar informações referente ao turismo cultural no município, suas influências, quais ações propostas para o turismo e o desenvolvimento do segmento neste, assim como entender a relação e a importância de se ter uma casa do patrimônio nos municípios, e se tem surtido efeito em Iguape.

O questionário aplicado aos turistas, foram observados os principais elementos que compõem a motivação do turista ao visitar Iguape, assim como analisar a relação do visitante, com a cultura de Iguape. A aplicação do questionário, será realizada em dois finais de semana no centro da cidade, espera-se, portanto, realizar um comparativo com as motivações do turista e se haverá divergências nas respostas por se encontrarem em períodos de baixa e alta temporada.

### 3.1.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para análise e interpretação dos dados, utilizou-se da revisão de literatura, para se obter maior entendimento acerca da segmentação do turismo e o processo de roteirização turística, a fim de delinear o projeto de pesquisa e o objeto de estudo.

Posteriormente, coletadas as informações necessárias através do roteiro de entrevista aplicada com o Departamento de Turismo de Iguape e o questionário aplicado com os turistas de Iguape, espera-se que, através da análise dos dados, obtenha-se maior entendimento referente as motivações do turista, o olhar deste sobre Iguape, assim como as influências que o município tem tido após a instalação da Casa do Patrimônio. Estas análises, portanto, serão realizadas através de categorização de dados, onde, segundo Gil (2002), esta permite que os dados sejam mais descritos, facilitando sua interpretação, com natureza qualitativa.

Portanto, a análise empírica foi realizada juntamente com a bibliográfica, a fim de tornar a interpretação dos dados mais precisa, sob caráter descritivo.

### 3.1.4 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Através da revisão de literatura, pode-se delinear o objeto de estudo e compreender quais métodos mais eficazes para atingir os objetivos específicos e responder ao problema de pesquisa. Desta maneira, o quadro abaixo, apresentará de forma resumida, a caracterização da pesquisa e quais métodos serão aplicados para obtenção de resultados.

QUADRO 5 - Caracterização da Pesquisa por Objetivos Específicos

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>FONTE DE DADOS</b>	<b>TÉCNICAS E COLETA DE DADOS</b>	<b>INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b>	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS</b>
Analisar quais métodos facilitam a interpretação do patrimônio durante a realização do roteiro interpretativo	Fontes secundárias	Pesquisa Bibliográfica; Pesquisa Documental	Fichamento;	Revisão de Literatura;
Identificar quais atrativos possuem legados históricos no município	Fontes secundárias	Pesquisa Bibliográfica; Pesquisa Documental	Fichamento	Revisão de Literatura;
Analisar a interação do visitante com os atrativos turísticos do município	Fonte primárias	Levantamento	Questionário	Análise descritiva;
Compreender a dinâmica dos roteiros interpretativos histórico culturais como	Fontes secundárias	Pesquisa Bibliográfica; Pesquisa Documental	Fichamento	Revisão de Literatura;

promoção da localidade.				
----------------------------	--	--	--	--

Fonte: A autora (2019).

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta etapa, foram analisados os dados obtidos através da pesquisa realizada mediante questionários aplicados com três públicos diferentes: o turista que frequentou Iguape na primeira semana de julho, em baixa temporada (época que não ocorre a Festa do Bom Jesus de Iguape), o turista que esteve em Iguape na alta temporada (durante a Festa do Bom Jesus de Iguape) e a diretora do departamento de turismo do município de Iguape. Apresenta-se, portanto, os resultados obtidos através da pesquisa *in loco* e por e-mail.

### 4.1 QUESTIONÁRIO

A seguir, têm-se a descrição dos resultados obtidos através de um dos instrumentos de coleta de pesquisa utilizado no centro de Iguape/SP. Sendo este os questionários que foram aplicados em datas diferentes, sendo a primeira no dia 06 de julho de 2019 e o outro no dia 03 de agosto de 2019. Tais datas referem-se aos questionários aplicados com os turistas.

No dia 29 de agosto de 2019, a diretora do departamento de turismo de Iguape respondeu ao questionário (Apêndice 2), dando base a dados referente ao turismo cultural em Iguape e seu desenvolvimento atual.

### 4.2 QUESTIONÁRIO DEPARTAMENTO DE TURISMO

Foi realizado um questionário com a diretora do departamento de turismo de Iguape, a fim de compreender a visão atual do órgão em relação ao turismo cultural no município. O questionário, que teve como objetivo adquirir mais informações referente a atual situação do turismo em Iguape sob as perspectivas

do principal órgão de turismo da região, foi utilizado como forma de compreender mais a relação do órgão com o turismo cultural.

Questionada referente as principais dificuldades que Iguape possui em relação ao turismo, a diretora acredita ser o modo como Iguape se vê turisticamente, onde, para derrubar as maiores barreiras e limitações, o município precisa “se projetar como cidade turística”<sup>5</sup>, de modo que haja planejamentos mais adequados ao perfil do município e o turismo seja encarado como uma forma de incentivo ao crescimento municipal.

A cidade por si só explana sua história e se auto declara histórica através dos seus conjuntos arquitetônicos. Mas não só em sua arquitetura, Iguape possui um legado histórico e quando bem projetadas, percebe-se que esse legado vai além. Desta maneira, segundo a diretora, Iguape tem desenvolvido o turismo cultural através das festas tradicionais, divulgadas pelo calendário de eventos, e com um espaço dedicado ao artesanato local, representado pelo Mercado de Artesanato e Cultura. Para mantê-los e melhorá-los, ações de melhorias são desenvolvidas com o intuito de preservar as práticas culturais e agregar valor a elas. A diretora ainda comenta quais são os projetos em andamento:

Encontros e rodas de conversas com os fandangueiros; Parceria com a AAPCI - Associação de Artesãos e Produtores Caseiros de Iguape para o fomento da cultura local; busca de recursos através de projetos para fortalecer os grupos culturais, artesãos, mestres e outros; criação de um folder turístico/cultural (Diretora do Departamento de Turismo de Iguape, 2019).

Percebe-se a necessidade de manter as tradições e incentivar a comunidade a preservar as heranças culturais. Os encontros e rodas de conversas com fandangueiros permite uma melhor interação entre a sociedade atual com a tradição antiga e é através dessas práticas que os valores não se perdem.

As parcerias com a Associação de Artesãos e Produtores Caseiros de Iguape permite ainda que as atividades para renda sejam mais valorizadas, promovendo os artesãos, resguardando a identidade e a riqueza dos detalhes confeccionados em cada peça.

---

<sup>5</sup> MENDES, A. L. Entrevista prestada pela Diretora do Departamento de Turismo da Secretaria de Turismo de Iguape. Curitiba, 29 ago. 2019.

Sem medir esforços, o órgão ainda busca fundos para cultivar consciência coletiva ao fortalecer grupos culturais e adeptos da confecção de produtos artesanais para que as práticas não diminuam, mas sim que cada vez mais os valores acerca dessas tradições sejam adotados.

Em relação às atividades educacionais que podem ser implementadas na grade curricular dos estudantes, como forma de incentivar a preservação dos espaços públicos e históricos, assim como agregar valor à atividade turística aos olhos da comunidade, a diretora comenta que “na rede municipal os professores trabalham algumas atividades durante o ano, mas não temos na grade curricular”. Ao decorrer do ano, atividades extras ou como forma de dinamizar as aulas são executadas pelos alunos, mas não é uma prática obrigatória.

Nota-se ainda que, a cultura está presente também na culinária tradicional Iguapense, com muitos retoques caiçaras presentes. A diretora comenta ainda que, há projetos culinários desenvolvidos pela sociedade civil organizada, através de oficinas culinárias. Porém, nada oficial desenvolvido pelo órgão público.

O município foi contemplado com uma Casa do Patrimônio, projeto realizado pelo IPHAN como forma de promover uma educação cultural mais engajada nos municípios. Após sua instalação, os benefícios notórios na opinião da diretora são as orientações e informações que a instalação promove e dispõe aos munícipes. Desta maneira, o patrimônio cultural recebe maior notoriedade e conseqüentemente, mais valorizado.

O projeto final do trabalho tem como alvo, impulsionar o turismo cultural de Iguape, através de visitas acompanhadas de guias especializados na história do município e tornar a cidade mais valiosa sob o olhar do visitante. Desta maneira, ao ser questionada em relação a implementação de um roteiro histórico cultural mais focado na interpretação dos espaços turísticos, a diretora comentou que é importante que esses trabalhos sejam executados no município e que são fundamentais para geração de renda à comunidade dos guias, assim como condutores e os monitores desses roteiros. Enquanto questionada sobre a prefeitura patrocinar o roteiro e oferece-lo gratuitamente aos turistas, a diretora respondeu que do mesmo modo como agregar serviço ao turista, disponibilizando-o opções de lazer associados a cultura, guiando-os pela cidade e repassando a história de Iguape, é uma forma de aproximar o turista ao município

e gerar fonte de renda aos envolvidos, portanto, considerou “fundamental a venda dos roteiros para geração de renda para os monitores, guias e condutores” (MENDES, 2019), dispensando a ideia inicial de patrocínio.

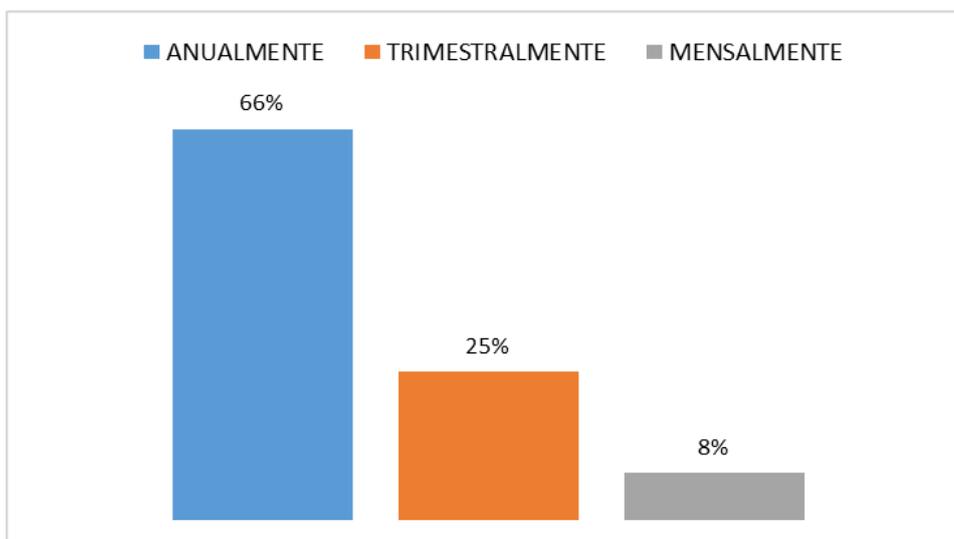
#### 4.3 QUESTIONÁRIO COM TURISTAS FORA DE TEMPORADA

A primeira etapa se deu no dia 06 de julho, onde, sem aviso prévio, visitantes de Iguape foram entrevistados durante sua visita ao Centro Histórico do município, com um questionário que contém 14 perguntas fechadas, referente à frequência com que visita Iguape, qual a motivação, quais segmentos costuma praticar, seu nível de interesse em turismo cultural e dados pessoais como faixa etária e cidade em que reside atualmente.

De acordo com a pesquisa, a maior concentração de respostas se encaixa no grupo de pessoas acima de 30 anos, com um total de 58,3%, seguido de 25% pessoas com até 30 anos. Analisando esse fator, considerando as respostas obtidas pela grande maioria, a motivação para essas visitas fora de temporada, se dá na maior parte (50%) para visitar a família. Relaciona-se pela cidade ser histórica e mais afastada de grandes centros, atrair pessoas com motivações voltadas a práticas familiares e em muitos casos, culturais e a praticar turismo de sol e praia nos municípios vizinhos. Dentre os que consideram sua vinda a Iguape como mensal, se deve por possuir propriedades no município.

A vinda para Iguape por parte dos turistas entrevistados está mais concentrada na frequência anual (66%), em seguida, com 25% dos turistas, visitam o município trimestralmente. Da motivação para essas visitas além da questão familiar, o turismo religioso é o mais comum, com 41% das respostas.

GRÁFICO 1 - FREQUÊNCIA DE VISITA FORA DE TEMPORADA

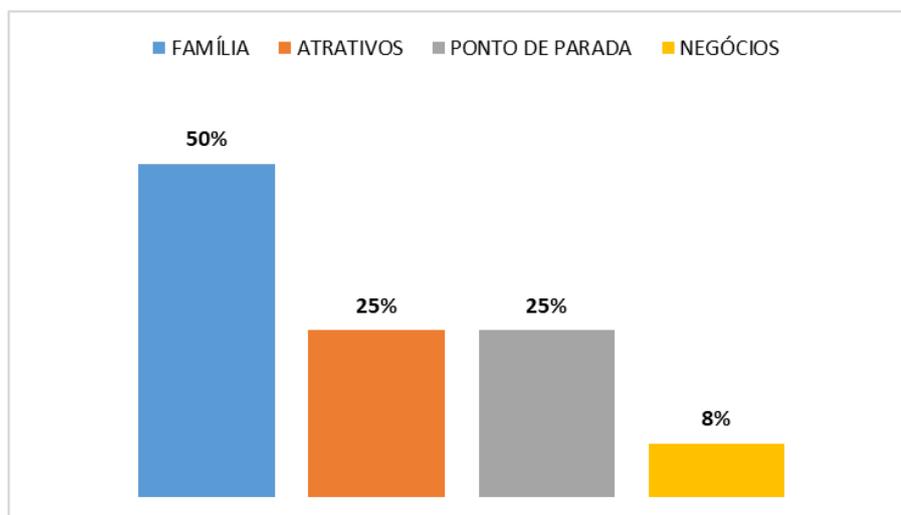


Fonte: A autora (2019)

Segundo os turistas, as demais atividades praticadas são uma consequência, sendo a maior motivação a questão familiar. Os atrativos e os serviços ao turista, considerados regulares pelos entrevistados – 58,3% consideram os serviços turísticos medianos –, não são o grande incentivo para o deslocamento. Entretanto, mesmo estando no município e concentrando suas atividades nas práticas religiosas e no turismo de sol e praia nas cidades vizinhas Cananéia e Ilha Comprida, os atrativos de Iguape estão no mesmo nível de procura em relação ao deslocamento até os municípios praianos. Ou seja, na mesma medida em que passam por Iguape apenas para ir até Ilha Comprida e Cananéia, ainda procuram passar por Iguape e participar de algumas atividades turísticas na cidade.

Desta maneira, nota-se que boa parte da movimentação no município em baixa temporada – fora da época da Festa do Bom Jesus –, é devido as conexões que os turistas fazem ao irem para Ilha Comprida e Cananéia. Porém, ao notar que ambas possuem a mesma concentração de respostas, tanto a conexão entre as cidades e os atrativos de Iguape (25%), questionou-se se algumas atividades estão interligadas. Como por exemplo, alguns turistas mencionaram que passam o dia nas praias, mas no fim do dia, fazem parada em Iguape para desfrutar da comida local ou visitar algum atrativo, como ver o pôr do sol no Mirante do Cristo Redentor.

GRÁFICO 2 - MOTIVAÇÃO DE VISITA FORA DE TEMPORADA

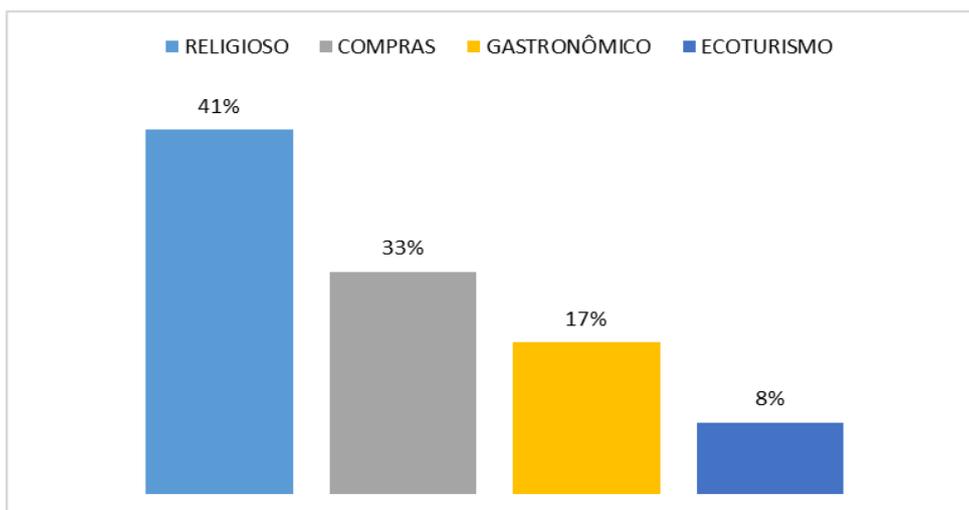


Fonte: A autora (2019)

Dentre os segmentos do turismo mais procurados pelo turista, destacados no gráfico 3, as atividades mais comuns a serem praticadas em Iguape estão relacionadas à religiosidade. Para os turistas, as práticas religiosas promovidas ajudam na motivação para conhecer a cidade e visitá-la, assim como as antigas igrejas.

Conversando com cada entrevistado, notou-se a familiaridade em relação aos atrativos e segmentos do turismo. Para a grande maioria, o religioso (41,6%) é o ponto forte de Iguape, devido a Igreja e as festas religiosas promovidas pelo município, frente a questões familiares (33,3%) e compras (25%). Os turistas relacionavam o turismo de compras com a culinária local, artigos para praia e artesanato local. O segmento gastronômico por sua vez, seguiu com 16,6% das respostas. O ecoturismo entrou como o menos praticado, com apenas 8,3%, onde, o que mais se destaca, são as trilhas e a Estação Ecológica da Juréia-Itatins, pontos turísticos protegidos.

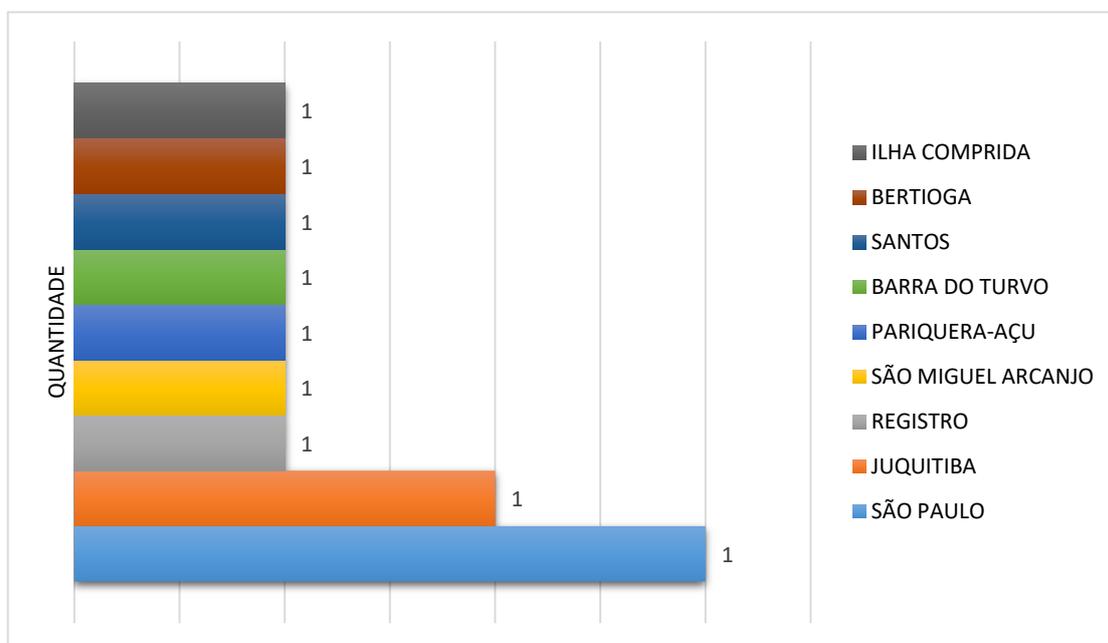
GRÁFICO 3 - SEGMENTOS DO TURISMO PRATICADO



Fonte: A autora (2019)

Quanto a cidade de origem, como mostra o gráfico 4, dentre todos os entrevistados, a capital São Paulo predominou, com 25% de turistas paulistanos. Em seguida, Juquitiba com 16%. Todos os entrevistados eram do estado de São Paulo.

GRÁFICO 4 - CIDADE DE ORIGEM



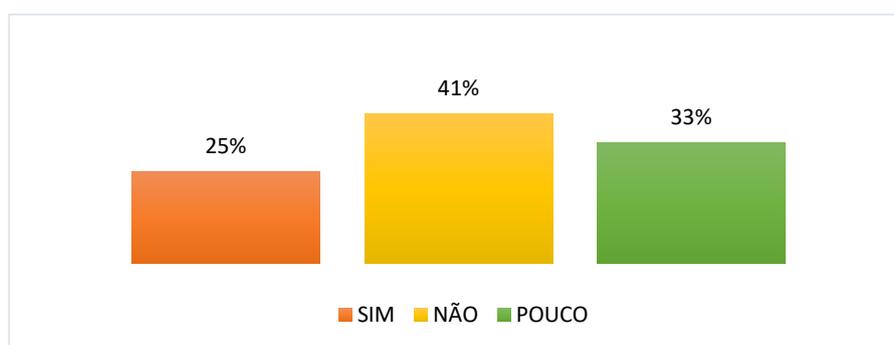
Fonte: A autora (2019)

O principal foco do trabalho está diretamente ligado a cultura de Iguape e sua história. Portanto, a relação histórica do município com o turista, está sendo trabalhado desde o início do projeto e de modo a medir o nível de afinidade dos turistas com o turismo cultural no município, dedicou-se no questionário uma seção em que os visitantes expuseram suas opiniões acerca do turismo cultural, assim como seu nível de conhecimento acerca da história de Iguape.

Para a grande maioria (41%), a história de Iguape é totalmente desconhecida, e possuem absolutamente nada de conhecimento em relação a sua trajetória e como ela se tornou o que é hoje. 33% dos entrevistados consideram conhecer pouco, mas que é mais aproximado do “não”, do que do “sim”. Apenas 25% consideram conhecer a história do município.

Aproveitando esse índice de respostas negativas em relação ao conhecimento da história de Iguape, nota-se que 75% das pessoas responderam que fariam um roteiro histórico-cultural guiado, para conhecer a história de Iguape e visitar os atrativos e 16,6% responderam que não fariam. Das respostas negativas em relação ao roteiro, 16,6% considera não gostar de turismo cultural e outros responderam já conhecer os atrativos e considerariam repetitivo fazê-lo.

GRÁFICO 5 - CONHECIMENTO ACERCA DA HISTÓRIA DE IGUAPE



Fonte: A autora (2019)

Ao terminar a análise dos resultados obtidos em época de baixa temporada, nota-se que, apesar da maioria frequentar o município neste período por causa da família, das práticas religiosas (missas, procissões) e pelos atrativos, eles admitem a falta de informação por parte dos órgãos municipais e apontam ser uma das principais desvantagens da cidade, a falta de serviço ao turista. Ao questionar sobre os vizinhos praianos, eles consideram que Iguape

perde destaque perante os municípios vizinhos apenas pela questão de eles possuírem as praias. Mas, que fariam um roteiro histórico cultural (75%) e estariam dispostos a pagar pelo serviço.

Dentre outras observações feitas, os turistas consideram a cidade tranquila e bem acolhedora, com uma arquitetura diferenciada, o que faz com pessoas que buscam feriados e/ou férias menos conturbadas a procurem, e consideram Iguape um destino bem interessante. O artesanato local e a culinária também foram alguns itens citados pelos turistas de grande apreço, pois, possuíam originalidade e transparecia a simplicidade do estilo caiçara da região.

#### 4.4 QUESTIONÁRIO COM TURISTAS NA FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE

Realizada no dia 03 de agosto de 2019, o questionário aplicado se ambientava no centro de Iguape, durante a Festa do Bom Jesus de Iguape, época de grande concentração de pessoas no município e que atrai pessoas de diversas localidades.

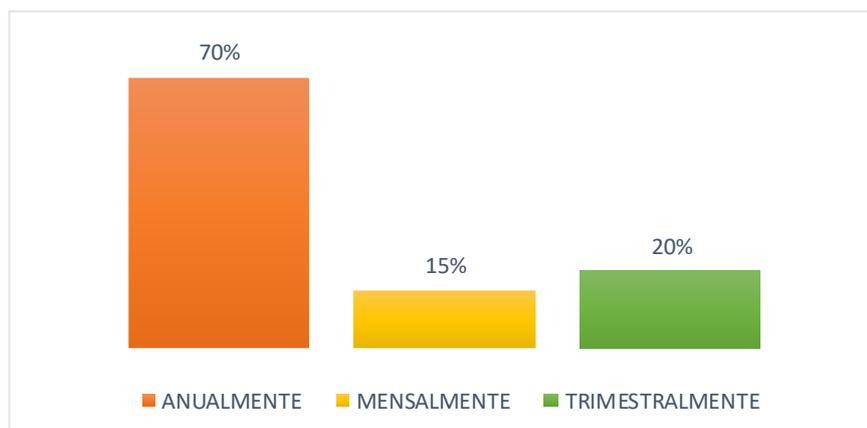
O questionário composto, por 17 perguntas, sendo 16 fechadas e a última aberta para o turista se identificar, informando qual a cidade em que reside atualmente, aborda sua relação com o turismo no município, investigando as motivações referente sua visita à Iguape.

Aplicado durante a Festa do Bom Jesus de Iguape, buscou-se observar a relação do visitante com o espaço e a frequência com que se visita a cidade ao longo do ano.

Classificando a frequência em anual, mensal, trimestral e semanal, 70% dos turistas visitam Iguape anualmente, onde 65% dessas visitas são exclusivas à Festa do Bom Jesus de Iguape. Trimestralmente, 20% dos turistas se deslocam até o município, seguido de 15% dos turistas que se deslocam até a cidade mensalmente. Durante a pesquisa, houve a dificuldade de se estabelecer um diálogo mais aprofundado, devido ao tumulto da festa. Porém, através dos

questionários, pôde-se notar que, em grande parte, os turistas eram de fora, especialmente da baixada santista<sup>6</sup>.

GRÁFICO 6 - FREQUÊNCIA DE VISITA À IGUAPE



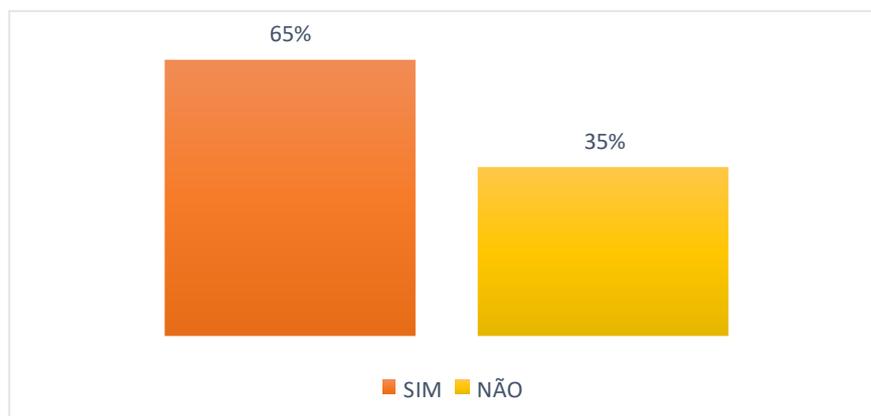
Fonte: A autora (2019)

De modo a estabelecer o maior incentivo em relação às visitas à Iguaçu, discutiu-se a questão de a Festa do Bom Jesus, que movimentava o Vale do Ribeira na época de sua procissão, ser responsável por um considerável número de turistas ao município. Desta maneira, questionou-se em relação a presença do turista na Festa do Bom Jesus, ser exclusivamente para a festa, ou se, em épocas de baixa temporada, o turista também se deslocava até Iguaçu. Para 65% dos entrevistados a visita ao município se dava exclusivamente para a Festa do Bom Jesus e 35% afirma se deslocar em outras épocas do ano. Dentre as visitadas fora de temporada, 20% deles visitam Iguaçu apenas como ponto de parada para os municípios vizinhos e 5% para ver a família e amigos, mas que conheciam alguns atrativos e os mais conhecidos eram a Basílica, ambientada no Centro Histórico.

---

<sup>6</sup> Nove municípios fazem parte da Região Metropolitana da Baixada Santista: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente (AFROSAN, 2019).

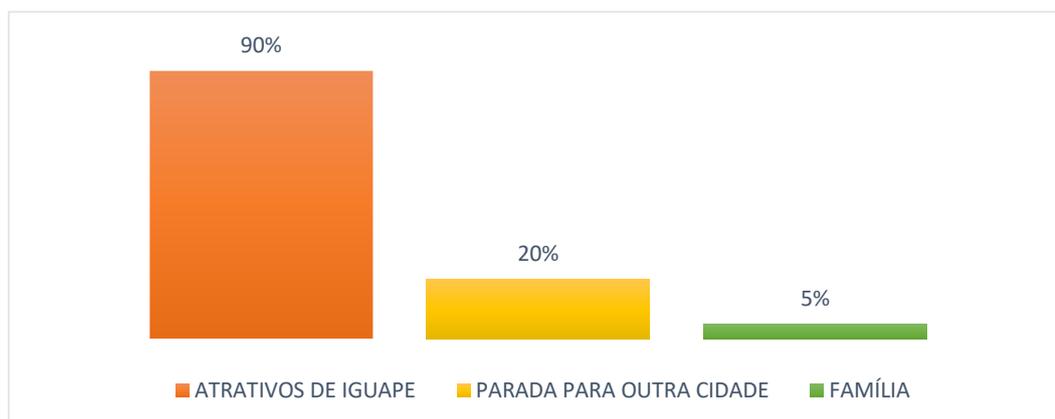
GRÁFICO 7 - VISITAS EXCLUSIVAS À FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE



Fonte: A autora (2019)

Questionados referente à motivação de se encontrar no município nesta época, 90% consideram os atrativos, incluindo a Festa do Bom Jesus de Iguape como um deles, sendo suas visitas anuais e exclusivas à Festa. Esses atrativos, portanto, eram: a Basílica do Bom Jesus, as barracas comerciais, as missas, as romarias e o pagamento de promessas por parte dos fiéis. Outros atrativos ficavam em segundo plano, mas eram visitados, como: o mirante do Cristo Redentor e a Fonte do Bom Jesus.

GRÁFICO 8 - MOTIVAÇÃO PARA VISITAR O MUNICÍPIO



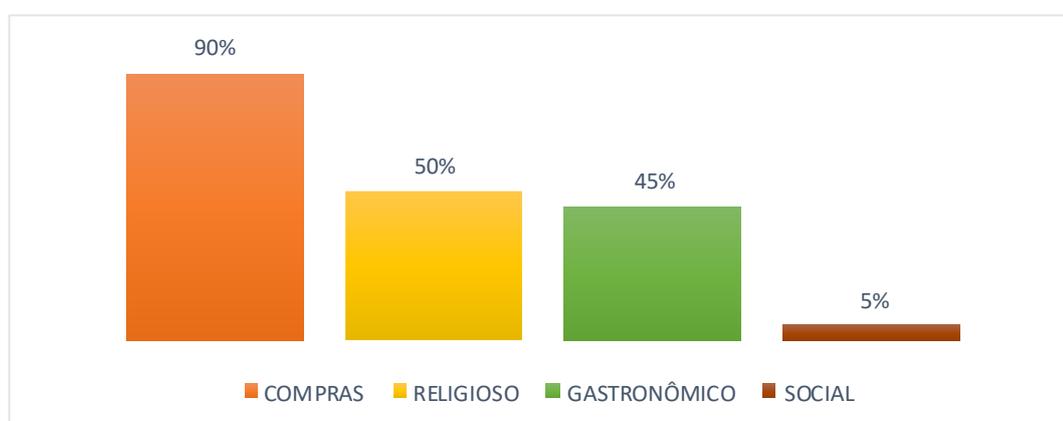
Fonte: A autora (2019)

Composta por diversas práticas religiosas, como romarias, missas, procissões católicas e uma grande exposição de produtos alimentícios, artesanais e vestuário em barracas nas ruas do centro de Iguape, a Festa do Bom Jesus de

Iguape apresenta uma variedade de produtos comercializados para os turistas de diversas regiões que chegam ao município por diversas razões. Dentre elas, 90% se desloca até o centro para realizar compras nas barracas e no comércio local, seguido de 50% religioso e 45% gastronômico.

Para os turistas, o ponto forte a se considerar em relação à Festa são as práticas religiosas e a Igreja, a qual atrai diversos fiéis à cidade nesta época do ano, assim como as barracas para aqueles que gostam de produtos variados.

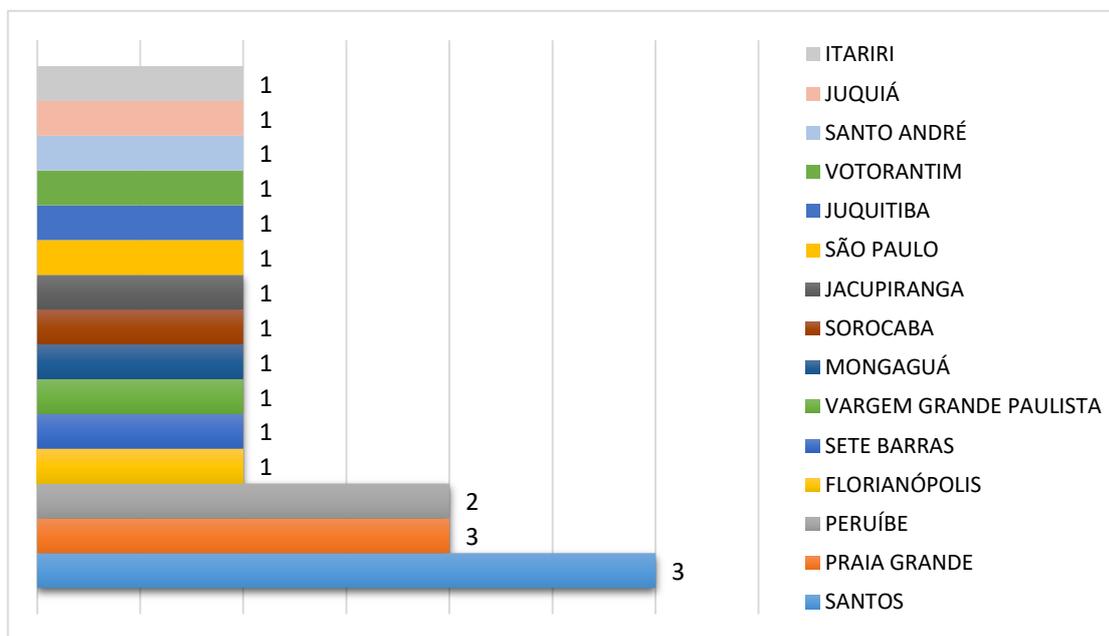
GRÁFICO 9 - SEGMENTOS PRATICADOS



Fonte: A autora (2019)

Do total de 20 entrevistados, a região da baixada santista ganhou destaque, sendo entrevistados 3 turistas santistas, 3 de Praia Grande, 2 de Peruíbe e 1 de Mongaguá. Além do estado de São Paulo, 1 turista de Florianópolis – Santa Catarina se encontrava na Festa, aproveitando das variedades presente durante o dia.

GRÁFICO 10 - CIDADE DE ORIGEM



Fonte: A autora (2019)

Para concluir a observação através do questionário, perguntou-se aos turistas, quais pontos fortes a Festa possuía e quais eles desejariam melhorar. Para 55% dos turistas, as práticas religiosas eram o ponto forte da Festa, assim como as barrquinhas comerciais, com 40% dos turistas as considerando um fator convidativo. Em relação aos pontos a melhorar, a organização e serviços ao turista eram os pontos mais criticados, como sanitários disponíveis ao público (35%) e a organização do espaço onde as barracas e ambulantes se encontravam (30%).

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao considerar a época em que os questionários foram aplicados – dentro e fora de temporada – pode-se notar que entre os turistas entrevistados, o fator que os faz visitar o município, é de fato, a questão religiosa, quando se analisa dentro dos segmentos turísticos. Acima do turismo religioso – sob a perspectiva dos visitantes que responderam ao questionário – o deslocamento para visitar a família que mora na região predomina, seguida de uma grande concentração de pessoas que costumam passar pelo município, ao se direcionar aos municípios vizinhos que estão no litoral paulista.

Em época de baixa concentração de turistas, os turistas que param em Iguape e estão ali pela família (50%), consideram em grande parte que o município possui atrativos bem convidativos e os consideram medianos, mas para uma cidade pequena e afastada, sua avaliação pende mais para o lado positivo do que negativo. Para os mais religiosos, a Igreja é considerada o atrativo de maior destaque.

Em contraste, a alta temporada atrai muitos turistas de diversas regiões e a motivação mais significativa foram as práticas religiosas como: romarias, pagar promessas, assistir as missas e realizar compras de alimentos e bebidas, além de roupas e acessórios nas barracas comerciais. A festa com certeza é um item de destaque entre os visitantes e é vista como o maior atrativo.

A Festa tornou o município mais convidativo e deu mais significado aos olhos do turista, mesmo eles não reconhecendo a trajetória Iguapense desde sua colonização. Para 55% dos turistas, as práticas religiosas do município são consideradas o ponto forte de Iguape e as reconhecem como importantes para o turismo. Apesar de não saberem sua origem, possuem apreço pela tradicional festa e cerca de 65% dos turistas entrevistados durante a alta temporada, vêm ao município exclusivamente para participar dela.

Ao questioná-los sobre um roteiro histórico-cultural guiado pelos atrativos de Iguape, cerca de 75% das respostas foram positivas, onde, os turistas se interessavam pela ideia e considerariam participar. Sendo que 58,3% das respostas referente ao turismo cultural foram consideradas atrativas, onde os

turistas apreciavam esse segmento do turismo e 16,6% não gostavam deste segmento em especial. Os mesmos responderam que não participariam do roteiro e, quando questionados do porquê não o fariam, as respostas eram mais negativas pelo fato de não serem familiarizados com roteiros pré-estabelecidos e por não conhecerem bem como isso seria modulado. Alguns turistas responderam que preferem fazer por conta e outros, que por já terem visitado os atrativos, não fariam por considerar repetitivo.

Acerca dos atrativos propostos para o projeto, o menos atraente era o museu municipal, onde, para alguns turistas, era o menos convidativo. Para 8,3% dos turistas, o turismo cultural era indiferente, mas participariam do roteiro para conhecer mais afundo os atrativos.

Em relação ao conhecimento acerca da cultura local, os turistas pouco sabiam, tanto os frequentadores assíduos da Festa, quanto os que preferiam visitar o município na baixa temporada. Portanto, percebe-se que os atrativos em si são comumente visitados - apesar dos vizinhos litorâneos -, a festa é bastante procurada, mas as pessoas não buscam saber afundo sobre ela. Dentre todas as respostas, tanto na baixa quanto na alta temporada, a maioria consideraria fazer um roteiro histórico-cultural no município, com acompanhamento de um guia.

Ao que se percebe, em relação às respostas, os turistas vão ao município, mas não procuram saber sobre sua história. Para a maioria, visitar a família, vir na época da Festa para realizar compras, praticar as atividades religiosas durante a festa ou passar pela cidade para visitar os municípios vizinhos, são as atividades mais praticadas. Porém, há a ressalva de que os atrativos possuem seus encantos e entre algumas idas e vindas, os turistas os buscam e se encantam com as belezas naturais. Apesar do ecoturismo ser o menos praticado entre os turistas, as belezas naturais como as praias e as trilhas, são bem elogiadas entre os turistas.

Com a entrevista realizada com a diretora do departamento de turismo de Iguape, pode-se notar que vários projetos turísticos estão em andamento e outros em prática, quando relacionados à cultura, estava diretamente ligada a busca por recursos para manter os centros de confecção de artesanato, assim como grupos culturais, para que as tradições se mantenham ao longo dos anos. O centro de

Artesanato de Iguape recebe o apoio do órgão, permitindo, portanto, que haja maior valorização, incentivando que as práticas artesanais estejam sempre em vigor.

O município já possui guias encarregados de oferecer serviços turísticos por Iguape, e ainda dispõe de monitores para acompanhar esses serviços. Para a diretora entrevistada, essa atividade impulsiona a economia, ajudando a comunidade dos guias, portanto, não há interesse por parte do órgão estabelecer um roteiro gratuito para os visitantes, como forma de proteção dessa fonte de renda.

Portanto, é de suma importância que esses fatores sejam considerados, para que se haja um projeto final sustentável, pensando no bem-estar da comunidade e gerar maior conhecimento aos visitantes.

## 6 PROJETO DE TURISMO

Neste tópico, apresenta-se as etapas e o desenvolvimento da proposta do projeto, baseadas no marco teórico e referências citadas ao longo do trabalho.

Apresenta-se a descrição do projeto, as etapas para execução, os recursos humanos envolvidos, o orçamento e o retorno do investimento.

O presente projeto tem como principal objetivo, ampliar o conhecimento do turista referente à história do município de Iguape, voltando sua atenção aos detalhes históricos presentes na arquitetura e atrativos, assim como provocar sentimentos de apreço pela cultura local.

Desta maneira, o projeto está voltado à um Roteiro Histórico-Cultural em Iguape/SP, que servirá de instrumento para promover a história e cultura do município. O roteiro será uma ferramenta que irá engajar o turista com a cultura local, servindo como um mecanismo de conexão entre o visitante e a história do município.

Conforme apresentado nos resultados das pesquisas, nas duas etapas os turistas demonstram apreço às práticas religiosas ofertadas, além de outras motivações como família e as cidades praianas vizinhas. Para os entrevistados, o atrativo chave de Iguape é a Igreja e a Festa do Bom Jesus, que reúne ofertas diversas e atrai diversos religiosos para o município, a fim de pôr em prática suas crenças religiosas e aproveitar as barracas comerciais que se instalam no centro nesta época do ano.

### 6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Idealizado para ser um instrumento de promoção da cultura do município de Iguape, de modo a familiarizar os espaços culturais com os visitantes presentes, o roteiro histórico-cultural, que terá como maior objetivo aproximar o turista com a história de Iguape. É direcionado ao público em geral que procuram por atividades ligadas a questões culturais do município. Um guia especializado na cultura local, será responsável por dinamizar a visita durante o trajeto e comunicar-se de forma

completa com os visitantes. Um morador local, que esteve no município durante anos acompanhará o trajeto com os visitantes e guia, a fim de proporcionar um *city tour* com uma imersão cultural mais aprofundada.

O roteiro, portanto, se enquadrará na tipologia de roteiros turísticos *City Tour*, a qual será comandada por um guia especializado na história do município que estará presente para esclarecer dúvidas e dinamizar o *City Tour* tornando a experiência do turista o mais engajado possível com a história de Iguape, recebendo a maior gama de informações de forma objetiva (CETAM, 2010, p.39), ocorrendo durante o ano inteiro.

## 6.2 O CITY TOUR

O presente *City Tour* ocorrerá mensalmente e ao aderir sua vaga no *City Tour* guiado, o visitante terá o seguinte roteiro pré-estabelecido, partindo às 10h da manhã, encerrando às 16h00:

- Centro Histórico de Iguape;
- Basílica do Senhor Bom Jesus de Iguape;
- CITUR – Centro de Informações Turísticas (Artesanato local);
- Museu Municipal de Iguape;
- Casa do Patrimônio de Iguape;
- Restaurante Panela Velha;
- Mirante do Cristo Redentor;
- Festa do Bom Jesus de Iguape (opcional).

A condução do roteiro será realizada por um Guia de Turismo concursado pela prefeitura de Iguape e por um morador antigo da cidade.

O guia de turismo será responsável por conduzir o roteiro de forma mais formal e dinâmica, sob um olhar mais educativo e teórico.

O morador ou moradora antiga do município estará presente para dar aos turistas uma interpretação mais profunda sobre a cidade.

Para isso, haverá cursos de capacitação para os moradores interessados. Estes cursos por sua vez, serão promovidos pela prefeitura, como incentivo à comunidade para aprender mais sobre o município quanto a lidar com o turismo.

Considera-se importante que a comunidade esteja presente em projetos envolvendo turistas para que haja uma imersão cultural mais profunda e genuína. Em momentos de engajamento que se ganha conhecimento acerca das diferenças e semelhanças entre visitante e morador.

A comunidade antiga presenciou vários períodos de desenvolvimento da região, passando pelas fases de declínio, fortalecimento e ascensão. É através das lembranças dos mais antigos que se é possível visualizar momentos, recordar histórias, sentir com mais afinco o que aquele espaço significou. É sob a perspectiva de quem testemunha há muito o crescimento de uma cidade que se pode ver a veracidade com mais clareza. É uma forma encontrada de ter uma imersão cultural mais significativa.

Sendo assim, a escolha dos condutores será efetuada rotativamente. Ou seja, mês após mês moradores de toda a região poderão se candidatar para a experiência do *City tour* por Iguape com os visitantes. A candidatura poderá ser efetuada através do portal de turismo com apenas dois critérios de corte: o tempo de residência no município e contanto que tenha participado do curso de capacitação promovido pela prefeitura. Este critério irá pesar mais devido as experiências vividas em Iguape serem mais profundas. Entretanto, todos poderão participar, seguindo apenas um cronograma mensal de participação. Em relação ao incentivo pela colaboração, o morador receberá cursos de capacitação e ajuda financeira no valor de R\$180,00 por quatro horas de condução, equivalente ao guia, estabelecidos pela Associação Brasileira dos Guias de Turismo.

Os assuntos a serem tratados pelo guia e pelo condutor estão previamente elaborados, mas, não descartam os temas que podem surgir ao longo das visitas, muito menos as histórias que devem ser contadas pelo morador (a).

De início, o turista recebe a programação de temas a serem abordados que estão concentrados nos seguintes assuntos:

- Trajetória efetuada pelos Colonizadores de Iguape;
- Apresentação acerca dos conjuntos arquitetônicos do Centro Histórico;
- Informações acerca dos espaços visitados de modo aprofundado;
- Início e como se deu a tradicional Festa do Bom Jesus;

- Informações sobre as práticas religiosas executadas durante a Festa do Bom Jesus;
- Apresentação das especiarias utilizadas na comida caiçara.

Para participar do roteiro, o turista deverá fazer sua inscrição no Portal de Turismo da prefeitura de Iguape. A inscrição será realizada através de um formulário, que deverá ser respondido como forma de garantir sua participação.

Figura 1 - PÁGINA DO ROTEIRO



Fonte: A autora (2019)

O preenchimento do formulário será obrigatório, uma vez que, para efetuar a reserva do roteiro, o turista deverá responder as seguintes perguntas: 1. Nome Completo; 2. Idade; 3. Data em que participará do roteiro; 4. Cidade em que reside atualmente; 5. Deseja participar do jogo interativo valendo um almoço no Restaurante Panela Velha?; 6. Endereço de *e-mail* pessoal. Ao finalizar, o turista receberá no seu e-mail o boleto para pagar o roteiro, no valor de R\$75,00 por pessoa. Neste valor, estão inclusos apenas o transporte e o guia de turismo,

sendo o almoço por conta do próprio visitante. O número mínimo de participantes por roteiro é de 13 pessoas.

O valor da inscrição possui caráter social, sendo convertido em pacotes de melhorias para a cultura local, como, incentivo para o artesanato, atividades tradicionais como rodas de fandango, promoção do turismo da cidade, manter os atrativos, entre outros. Vale ressaltar, que essas melhorias serão feitas à longo prazo, considerando o retorno efetivo do roteiro.

Com o objetivo de ir além dos turistas que participarão do roteiro, os atrativos contarão ainda com a tecnologia informativa dos *QR Codes*, capazes de armazenar informações sobre o respectivo espaço.

O *QR Code* foi desenvolvido pela empresa japonesa Denso Wave em 1994 com o objetivo de melhorar o controle de estoque, monitorar as unidades em produção e ser um símbolo facilmente interpretado pelo equipamento de scanner (CORRÊA *et al*, 2012, p.122). Para CANADI *et al* (2010), o *QR Code* é um código móvel capaz de unir conteúdos físicos e virtuais e fornecê-los aos usuários e permitir acesso “a serviços para dispositivos móveis”. A marcação móvel oferece a oportunidade de um acesso tão fácil vinculando serviços móveis para objetos físicos, usando códigos 2D (CANADI *et al*, 2010, p.137).

Figura 2 - QR CODE



Fonte: A autora<sup>7</sup> (2019)

Os *QR Codes* implementados em cada ambiente turístico e histórico irão conter informações relevantes em relação ao espaço, como sua importância para a história da cidade, assim como fotos sobre este, para representar de forma mais

<sup>7</sup> *QR Code* desenvolvido pela autora através do site E-lemento. Disponível em: <<https://e-lemento.com/>>. Acesso em: 26 de set. 2019.

significativa. Sendo, portanto, uma forma de enriquecer a experiência do visitante. É de suma importância ressaltar que espera-se aumentar a qualidade de informações a serem repassadas no município.

Na figura 3 a seguir, tem-se um exemplo de como ficará o texto com a foto do atrativo no celular do turista no momento em que ele *escanear* o código 2D. O escaneamento poderá ser feito a partir de aplicativos para celulares que funcionam como leitores de códigos físicos e digitais.

Figura 3 - INFORMAÇÕES DO QR CODE

**Museu Municipal de Iguape**



Atualmente, instalado no local onde foi a 1ª Casa de Fundação de Ouro do Brasil, se encontra o Museu Municipal de Iguape, onde sua exposição Histórica conta com painéis gráficos e fotográficos, objetos e documentos sobre a escravatura e os Ciclos do Ouro e Arroz (IGUAPE, 2019).

Powered by E-lemento

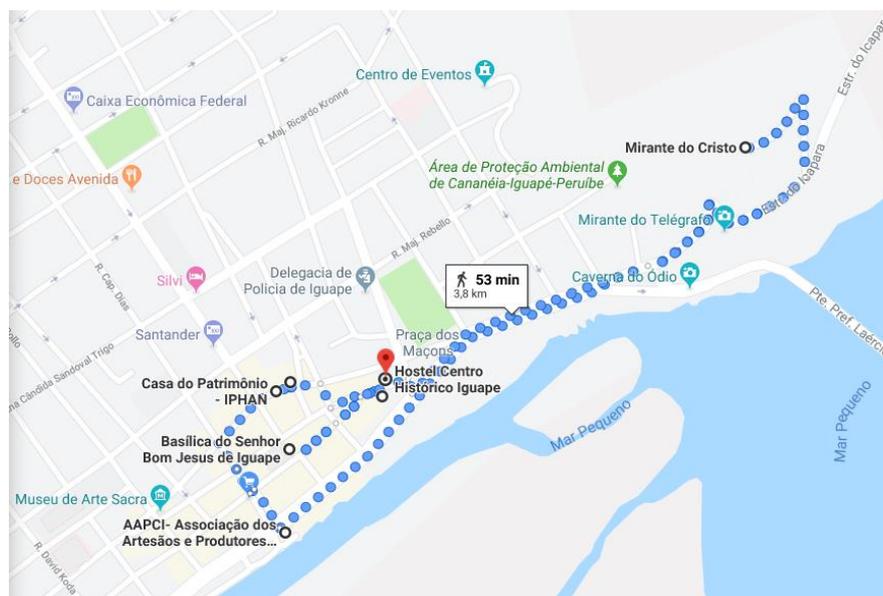
Fonte: A autora<sup>8</sup> (2019)

Todos os atrativos a serem visitados, com exceção do Mirante do Cristo Redentor, são próximos uns aos outros, permitindo que boa parte do trajeto seja efetuado a pé pelos turistas. Roteiros feitos a pé são comumente chamados de *Walking Tours*, considerados pelo Ministério do Turismo (2016), “uma forma de fazer turismo que aproxima o viajante dos atrativos culturais e naturais no destino

<sup>8</sup> Para leitura do QR Code (figura 2) utilizou-se o aplicativo QR Reader, disponível para sistema IOS.

escolhido, permitindo uma imersão na cultura local”. Analisando-se por este lado, os *walking tours* permitem o contato direto do visitante com o atrativo, tornando-o mais real ao turista, convertendo as explicações do guia mais próximas ao ouvinte. Desta maneira, optou-se por organizar os atrativos no roteiro de forma que o trecho a ser percorrido seja feito de forma mais dinamizada e direta, otimizando o tempo e a distância percorrida entre eles.

Figura 4 - CAMINHO PERCORRIDO NO CITY TOUR



Fonte: A autora (2019)

Como pode-se ver de modo sintetizado no quadro 6, o roteiro será iniciado por volta das 10h da manhã, sendo o Centro Histórico de Iguaçu o ponto de encontro e de partida. Todos os pontos turísticos do roteiro são próximos, com exceção do Mirante do Cristo Redentor que exigirá a locação de uma van para executar o trajeto, ficando por último, por volta das 14h15 da tarde.

## QUADRO 6 - ITINERÁRIO DO ROTEIRO TURÍSTICO

PONTO DE PARADA	HORÁRIO
<b>Centro Histórico de Iguape</b>	10h
<b>Basílica do Senhor Bom Jesus de Iguape</b>	10h30
<b>Museu Municipal de Iguape</b>	11h00
<b>Casa do Patrimônio de Iguape</b>	11h30
<b>Restaurante Panela Velha</b>	12h
<b>CITUR – Centro de Informações Turísticas (Artesanato local)</b>	13h30
<b>Mirante do Cristo Redentor</b>	14h15
<b>Festa do Bom Jesus de Iguape (opcional)</b>	16h00

Fonte: A autora (2019).

O encontro do Guia com os visitantes ocorrerá no Centro Histórico, mais precisamente na praça da Basílica, ponto de partida do roteiro dando início ao *City Tour* Cultural por Iguape. A escolha se dá pelo fato de grande parte dos atrativos estarem próximos, o que contribui para a otimização do tempo percorrido entre eles.

O Centro Histórico de Iguape é palco de encontro entre romeiros, pagantes de promessas, frequentadores da Igreja da Basílica do Bom Jesus, visitantes e moradores, reunindo diversas pessoas durante o ano, tanto pelas práticas religiosas, quanto pela arquitetura colonial, restaurantes e comércios locais ao seu redor.

Contemplado com construções antigas e bem preservadas, por si só, pode ser considerado como atrativo, pela capacidade de encantar seus visitantes e ser transparente em relação a sua trajetória, marcada pela colonização portuguesa, refletidos em seus conjuntos arquitetônicos tombados pelo IPHAN.

Figura 5 - CENTRO HISTÓRICO DE IGUAPE



Fonte: Blog Busca Ônibus (2016)<sup>9</sup>

Antes de ser desenvolvido pela comunidade na época, notícias de acontecimentos miraculosos acompanhando a imagem do Bom Jesus transformaram Iguape em um centro de peregrinação (SANTUÁRIO DO SENHOR BOM JESUS DE IGUAPE, 2015), tornando-a palco de encontro de fiéis há anos, atraindo devotos do Bom Jesus de diversas regiões do Brasil e, apesar da maior concentração de turistas ser durante a Festa do Bom Jesus, Iguape é capaz de reunir fiéis o ano todo, devido suas origens e lendas acerca da imagem do Bom Jesus encontrada por volta dos anos 1647. O trajeto percorrido pela estátua até chegar em Iguape até hoje é refeito em procissão que atravessa a Jureia-Itatins (SANTUÁRIO DO SENHOR BOM JESUS DE IGUAPE, 2015).

A imagem por sua vez, é alvo de diversas histórias acerca de sua chegada, como milagres e fenômenos inexplicáveis, tornando-se responsável por desencadear diversas práticas que se tornaram tradições e que ocorrem até os dias de hoje, como procissões, missas, caminhadas de fiéis para pagar promessas e a Festa do Bom Jesus.

Situada no Centro Histórico, a Basílica do Bom Jesus de Iguape é responsável por abrigar a imagem do Bom Jesus que há muitos anos foi encontrada pelos moradores no mar e trazida para o centro de Iguape.

---

<sup>9</sup> BLOG BUSCA ÔNIBUS. Disponível em: **4 Cidades históricas que você precisa conhecer.** Disponível em: <<http://blog.buscaonibus.com.br/4-cidades-historicas-que-voce-precisa-conhecer/>> Acesso em: 23 ago. 2019

Figura 6 - BASÍLICA DO BOM JESUS DE IGUAPE



Fonte: Geo Imagens Didáticas (2019)<sup>10</sup>

Esses acontecimentos se deram no início da colonização de Iguape, com a chegada dos portugueses e espanhóis. A disputa pelo território entre eles resultou na captura de um navio dos portugueses que jazia a imagem de Jesus. Desta maneira, nascia uma tradição que perdura até os dias atuais.

Posteriormente com o descobrimento do ouro no Brasil, a exploração do minério tornou-se uma prática corriqueira, incluindo Iguape na busca pela extração do minério. Após o esgotamento progressivo e o fim do ciclo do ouro, o município passou por um período de declínio. Sua recuperação veio após a chegada da indústria de navegação, assim como a plantação de arroz.

Atualmente, instalado no local onde foi a 1<sup>o</sup> Casa de Fundição de Ouro do Brasil, se encontra o Museu Municipal de Iguape, onde sua exposição Histórica conta com painéis gráficos e fotográficos, objetos e documentos sobre a escravatura e os Ciclos do Ouro e Arroz (IGUAPE, 2019).

A inclusão do Museu Municipal no roteiro possui o objetivo de ampliar o olhar do visitante em relação à essas informações que banham a colonização de

---

<sup>10</sup> GEO Imagens Didáticas. Disponível em: <<http://www.geoimagens.com.br/buscar-imagens/igreja/santuario-senhor-bom-jesus-de-iguape-sp/>> Acesso em 23 ago. 2019.

Iguape e sua história. Iguape era no início um importante centro agroexportador e de certa maneira, foi perdendo sua importância perante a sociedade. Com a visita guiada, espera-se que o guia conduza o olhar do visitante a se abrir para as possibilidades que foram concedidas no passado para o que Iguape é hoje e a importância que ela possuiu para a indústria da agro exportação.

Figura 7 - MUSEU MUNICIPAL DE IGUAPE



Fonte: INCORPLAN Engenharia (2014)<sup>11</sup>

Além do museu, Iguape ainda conta com a instalação de uma das Casas do Patrimônio, centro habilitado a prestar informações pertinentes ao tombamento e seus desdobramentos, aos diferenciais e ao valor dos bens tombados, além de dados sobre atividades relacionadas à área da cultura (IPHAN, 2009).

A Casa do Patrimônio de Iguape auxilia na educação patrimonial do município, onde, de acordo com o IPHAN (2009), oficinas, treinamentos relacionados à conservação dos espaços são oferecidos, como uma forma de manter os espaços públicos.

---

<sup>11</sup> INCORPLAN. **1ª Casa de Fundação de Iguape.** Disponível em: <<http://www.incorplanengenharia.com.br/patrimonio-cultural-restauro-1a-casa-de-fundicao-iguape>> Acesso em: 23 ago. 2019.

Figura 8 - CASA DO PATRIMÔNIO DE IGUAPE



Fonte: Educação Patrimonial (2010)<sup>12</sup>

Além dos monumentos históricos e as construções da cidade, o objetivo do roteiro é ir além, aguçando não apenas a visão e o tato do visitante sobre Iguape e sua história, mas também seu olfato e paladar.

Como o próprio nome do Roteiro diz “Cores e Sabores de Iguape”, buscase através do *City Tour*, introduzir com maior afinco as tradições de Iguape, ressaltado os aspectos minimalistas de sua história, como Iguape surgiu, como foi se desenvolvendo ao longo dos anos, os acontecimentos que deram as atuais tradições e sua culinária caiçara.

Certificado de Excelência em 2017 (TRIPADVISOR, 2019), o Restaurante Panela Velha está situado no Centro de Iguape e possui ótimas notas no *TripAdvisor*. Sua decoração remete há tempos antigos, além de ofertar pratos típicos da região, como especiarias com frutos do mar. Dentro de suas atuais 113 avaliações, 46 o consideram excelente, 35 muito bom e 17 razoável (TRIPADVISOR, 2019).

Figura 9 - RESTAURANTE PANELA VELHA

---

<sup>12</sup> EDUCAÇÃO PATRIMONIAL. **Mais uma Casa do Patrimônio coloca um Blog no ar.** Disponível em: <<https://educacaopatrimonial.wordpress.com/2010/10/26/mais-uma-casa-do-patrimonio-coloca-um-blog-no-ar/>> Acesso em: 08 out. 2019.



Fonte: Kekanto (2013)<sup>13</sup>

Assim como a culinária local, o artesanato por si só, é uma forma tangível de expressão, cultura e tradição. Remete tempos antigos e valoriza a mão de obra da comunidade.

Localizado no Centro de Iguape, o CITUR – Centro de Informações Turísticas, é o lugar certo para conhecer e comprar o verdadeiro artesanato caiçara, além de ser uma referência para passeios turísticos, guias, roteiros e informações culturais sobre a cidade de Iguape (PORTAL DE TURISMO, 2011).

O CITUR surgiu através de parcerias entre a Prefeitura e os Artesãos locais, tornando-se um espaço voltado à integração entre os artesãos e suas obras, com o turista e a comunidade, assim como a venda de obras realizadas pelos mesmos, disponibilizando a compra de *souvenires*, entre outros. Funcionários da prefeitura que ficam no CITUR à disposição dos turistas que chegam ao Centro de Informações para tirar dúvidas, pedir indicações, disponibilizando cartilhas informativas e informando sobre o turismo da cidade.

---

<sup>13</sup> KEKANTO. **Restaurante Panela Velha**. Disponível em: <<https://kekanto.com.br/biz/restaurante-panela-velha-5>> Acesso em: 23 ago. 2019

A inclusão do CITUR no roteiro é uma forma de aproximar o turista à cultura dos artesãos de Iguape, moldando seu olhar referente as práticas relacionadas ao artesanato, mostrando-os que vai além da produção e venda, revelando a identidade da cultura local, assim como contribuir com sua fonte de renda.

Figura 10 - CITUR – CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS



Fonte: A autora (2019)

O ponto turístico bem avaliado e mais afastado do centro, localizado no Morro do Espia, Mirante do Cristo Redentor, oferece aos turistas uma vista privilegiada do Mar Pequeno e da Ilha Comprida. Abriga uma réplica da estátua do Cristo Redentor, com um acesso que pode ser feito com automóvel de passeio, motos, bicicletas ou a pé. É um dos pontos de partida para a Trilha Ecológica do Morro do Espia (PORTAL DE TURISMO, 2011).

Com o objetivo de oferecer aos turistas um encerramento especial do roteiro, após finalizar a caminhada pelos atrativos do centro, o Mirante do Cristo Redentor foi incluído no roteiro sob a ideia de mostrar ao turista, após as informações recebidas ao longo do *City Tour* uma visão panorâmica e geral de tudo o que ele viu.

As vistas panorâmicas passam uma sensação de magnificência e emocionam os visitantes com sua grandiosidade. Desta maneira, tornou-se uma

forma de encerrar o roteiro no topo da cidade, mostrando aos turistas uma visão geral da cidade em que o roteiro foi realizado. A chegada até o topo do morro será realizada de van, conduzida pelo Guia de Turismo.

Figura 11 - MIRANTE DO CRISTO REDENTOR



Fonte: Belezas do Vale (2018)<sup>14</sup>

Durante a Festa do Bom Jesus de Iguape, na última semana de julho e primeira semana de agosto, o *city tour* se encerrará nas barracas comerciais montadas no centro, onde, os turistas serão deixados nas proximidades para aproveitarem a festa e as missas na igreja.

Seja através das caminhadas, para pagar promessa, a cavalo ou de moto, nas romarias, ao longo do evento, a Festa do Bom Jesus de Iguape atrai turistas e dentre eles fiéis de diversas regiões do país. Época de maior concentração de turistas no município, são duas semanas de missas diárias, na Igreja da Basílica e barracas comerciais montadas nas ruas ofertando serviços e produtos diversos.

Aclamada e com um grande leque de serviços ofertados, a tradicional Festa que ocorre há anos, é culturalmente ligada à identidade de Iguape. Sua origem se deu pelas atividades que ocorreram há muitos anos e possui um

---

<sup>14</sup> BELEZAS DO VALE. **Mirante do Cristo**. Disponível em: <https://belezasdovale.com.br/listing/mirante-do-cristo/> Acesso em: 23 ago. 2019.

grande destaque turisticamente. É importante ressaltar seu valor histórico, assim como repassar sua importância para a cidade.

Figura 12 - FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE



Fonte: G1 (2018)<sup>15</sup>

Portanto, partindo-se dos resultados obtidos através das pesquisas, nota-se que a porcentagem de turistas que possuem afinidade com a história de Iguaçu é consideravelmente baixa, onde, consideram conhecer pouco sobre a trajetória Iguapense ou não possuem nenhum conhecimento sobre. A mesma situação ocorre com a festa popular do Bom Jesus, onde, de todos os entrevistados, apenas uma pessoa conhecia sua origem.

Para tornar o *city tour* mais dinâmico, um jogo será realizado durante o percurso. O jogo que é uma espécie de perguntas e respostas, porém, contendo apenas uma pergunta que será feita pelo guia no começo do roteiro, valerá um almoço no restaurante Panela Velha para a pessoa que a responder corretamente. As dicas serão dadas através dos *QR codes* instalados nos atrativos, que irão auxiliar a desvendar charada.

---

<sup>15</sup> G1. **Festa em celebração a Bom Jesus de Iguaçu movimenta Vale do Ribeira**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2018/08/03/festa-em-celebracao-a-bom-jesus-de-iguape-movimenta-o-vale-do-ribeira-sp.ghtml>> Acesso em: 23 ago. 2019

### 6.2.1 JOGO EDUCACIONAL INTERATIVO

Os jogos são estimulantes mentais e físicos, que contribuem no desenvolvimento de um bom raciocínio além de ser um ótimo mecanismo social.

Pensado como forma de tornar o roteiro mais interativo, manter a atenção dos visitantes às informações repassadas pelo guia e pelo morador da cidade, e ainda beneficiá-los através do aprendizado, propõe-se para o roteiro, um jogo de adivinhação, voltado para a história de Iguape. O jogo faz parte de um grupo de habilidade que integra a inteligência e está diretamente ligado à aprendizagem, auxiliando na memória, ou seja, facilitando o aprendizado de algo que se queira ensinar, no caso, a sensibilização ambiental (HIGA, 2012, p.16).

A intenção é cativar o turista, tornando o roteiro mais divertido e interativo, fazendo com que as pessoas se entrossem com a história de Iguape, busquem captar o máximo de informações possíveis, para que no final, adivinhem a charada do guia, a partir das dicas dadas pelos *QR Codes* e das informações repassadas durante o trajeto. Como prêmio, o vencedor será contemplado com um almoço no Restaurante Panela Velha e o restante dos participantes, com descontos de 5% em suas refeições.

O jogo intitulado “**Adivinhe Iguape**”, terá sua partida inicial no começo do roteiro. Durante o percurso, em cada ponto turístico haverá um *QR Code*, responsável por fornecer informações referente aquele espaço. Portanto, essas informações irão ajudar os participantes do jogo a adivinharem a pergunta final formulada pelo Guia de Turismo, o que exigirá certa atenção, cativando os turistas à estarem sempre atentos às informações contidas nos códigos do respectivo *QR Code*.

Porém, o guia fará apenas uma pergunta aos participantes do jogo, sendo esta exclusivamente na hora do encerramento do roteiro. A pergunta, que não irá se repetir em outras datas, deverá ser respondida no final, para dar chance aos participantes de adivinhá-la após as visitas nos atrativos.

A exemplo de como ocorrerá o jogo, têm-se a seguinte questão: “Qual atrativo de Iguape foi construído em pedra portuguesa entre os séculos XVIII e XIX?”. O participante que acertar, ganhará o almoço no Panela Velha.

As regras do jogo são simples, e baseiam-se apenas em três: 1) consultas no *google* não serão permitidas; 2) apenas um participante ganhará o almoço; 3) só ganhará descontos no almoço os turistas que se inscreveram no jogo e participaram;

Os turistas deverão fazer sua inscrição para participar do roteiro no site da prefeitura de Iguape. É no ato da inscrição, que deverá ser discriminado o interesse em participar do jogo interativo, através do preenchimento do formulário contido no Portal de Turismo do município.

### 6.3 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Para sua efetiva implementação, o projeto é estruturado em etapas constituídas pelo planejamento, implementação e monitoramento. Primeiramente se deu a pesquisa acerca do município para estruturar o roteiro e os temas desenvolvidos pelo guia e pelo morador auxiliar.

Após este procedimento, passou-se pela fase de customização do roteiro assim como desenvolvimento do jogo de adivinhação. As fases seguintes estarão sendo apresentados nos próximos tópicos.

#### 6.3.1 Descrição das etapas para a execução do projeto

O projeto seguirá um processo de execução constituído pelas seguintes etapas: planejamento, implementação e monitoramento.

A primeira etapa é constituída por pesquisas realizadas pela autora com embasamento bibliográfico e pesquisa *in loco*. Esses processos ocorreram para identificar quais aspectos deveriam ser considerados ao elaborar o roteiro, como por exemplo, o nível de noção histórica dos turistas acerca da origem de Iguape e como seus patrimônios são vistos sob o olhar do visitante. A pesquisa auxiliou a compor o roteiro, onde, os principais atrativos históricos foram cuidadosamente mapeados para que 90% do roteiro seja realizado a pé, assim como desenvolver os principais temas a serem tratados ao longo do percurso. Em paralelo com a elaboração dos temas e dos atrativos a serem visitados, o jogo “**Adivinhe Iguape!**”, foi juntamente desenvolvido para dinamizar o roteiro, que será

composto apenas por uma charada, que deverá ser resolvida no final do roteiro, valendo um almoço no Restaurante Panela Velha. O almoço, será uma cortesia do restaurante, como uma forma de parceria, por ser escolhido para receber os participantes do roteiro no horário da pausa para o almoço.

Além do roteiro, há a proposta dos *QR Codes* informativos. Os *QR Codes* que serão implementados nos monumentos históricos e atrativos do município serão confeccionados por uma empresa especializada em sua produção. Em seu total, serão necessários em torno de dez códigos *QR*, sendo implementados em dez diferentes pontos turísticos. Cada código *QR* irá conter informações sintetizadas e relevantes sobre o espaço em questão, como sua origem e importância para o município.

A função dos *QR Codes* é melhorar a experiência do visitante, disponibilizando informações de maneira prática e moderna, otimizando o ambiente. Após a confecção dos *QR Codes*, haverá testes acerca da sua funcionalidade e se correspondem ao esperado. Sua implementação será realizada pela prefeitura, juntamente com os funcionários do órgão de turismo.

O processo seletivo que deverá ser feito para escolha do Guia de Turismo levará em consideração seus conhecimentos em história, geografia e sociologia, principalmente seus conhecimentos acerca da origem de Iguape e seu desenvolvimento. O processo deverá ser feito pela Prefeitura de Iguape.

O roteiro irá contar ainda com uma van de 16 lugares, para levar os turistas até o Morro do Espia. Essa van será adquirida através de locação, com processo licitatório pela prefeitura, com empresas de locação de vans para as datas em que ocorrerá o roteiro.

No quadro 7 a seguir, apresenta-se de modo sintetizado as etapas necessárias para implementação do roteiro em Iguape, que durará em torno de 08 meses para ficar pronto para comercialização.

QUADRO 7 - ETAPAS DE EXECUÇÃO DO ROTERO

ATIVIDADE	TEMPO EM MESES							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Apresentar o projeto a Secretaria de Turismo	■							
Definição dos atrativos históricos		■						
Planejamento do roteiro		■						
Planejamento dos <i>QR Codes</i>			■					
Seleção dos temas a serem tratados pelo guia			■					
Confecção do jogo interativo				■				
Edital de licitação para compra de <i>QR Codes</i>					■			
Edital de licitação para locação da Van					■			
Processo seletivo do Guia de Turismo					■			
Implementação dos <i>QR Codes</i>					■			
Elaborar a divulgação do roteiro							■	
Teste do Roteiro							■	
Teste com o jogo interativo							■	
Divulgação do Roteiro								■

Fonte: A autora (2019)

### 6.3.2.2 Descrição dos recursos humanos envolvidos

Os primeiros procedimentos referentes ao planejamento do roteiro como: escolha dos atrativos a serem visitados, desenvolvimento dos temas e confecção do jogo educacional foram efetuados pela autora, através de pesquisas acerca do assunto trabalhado, composição de questionários, tabulação dos dados e análise dos mesmos. A partir do estudo de cada procedimento, concluiu-se, portanto, quais ações seriam tomadas para elaborar o projeto a qual atenderia as necessidades encontradas, finalizando a primeira etapa.

A segunda etapa é constituída pelo planejamento dos *QR Codes*, realizadas pela empresa responsável por produzi-los e adaptá-los conforme as informações dadas pela pesquisadora e consultora do roteiro e prefeitura. Seu desenvolvimento será realizado pela empresa que atender aos requisitos da licitação, contando com profissionais de *design* para elaborar os *QR Codes* exclusivos e personalizados. Os *QR Codes* serão compatíveis com os sistemas

operacionais *IOS, Android e Windows*<sup>16</sup>, e contarão com os testes prévios por parte dos profissionais.

O roteiro irá contar com o comando de um guia de turismo especializado na história de Iguape. Este, deverá passar pela etapa do processo seletivo, e deverá confirmar suas habilidades em história, sociologia e geografia. Ele contará ainda com um auxiliar, sendo este, um morador nascido ou que resida em Iguape há anos, responsável por interpretar os atrativos ao longo do trajeto percorrido.

QUADRO 8 - DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS

PROFISSIONAL	ATIVIDADE
Design de <i>QR Code</i>	Elaboração dos <i>QR Codes</i> .
Guia de Turismo	Guiará os excursionistas durante o roteiro.
Morador local	Auxiliará o guia durante o roteiro.
Secretaria de Turismo	Responsável pelo monitoramento do roteiro.

Fonte: A autora (2019)

### 6.3.3 Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa

Neste tópico é apresentado a descrição dos orçamentos necessários para dar início e desenvolver gradualmente o projeto.

A seguir, no quadro 9, apresenta-se os custos gerais, considerando os profissionais envolvidos em cada etapa. Ressalta-se ainda que, cada valor definido foi previamente cotado com empresas especializadas em cada atividade, não sendo necessariamente as empresas em questão que serão contratadas pela prefeitura de Iguape para efetuar os serviços do projeto.

---

<sup>16</sup> Sistema operacional que permite a interação de dispositivos móveis com aplicativos para celulares.

QUADRO 9 - RECURSOS FINANCEIROS

ETAPA	PROFISSIONAL	HORAS	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Definição dos atrativos históricos	Consultor de Turismo	10 horas	R\$37,00 <sup>17</sup>	R\$370,00
Planejamento do roteiro	Consultor de Turismo	50 horas	R\$37,00	R\$1.850,00
Planejamento dos QR Codes	Web Designer	Anual	R\$27,93 <sup>18</sup>	R\$335,16
Morador Condutor	Auxiliar do Guia de Turismo	4 horas	R\$180,00 <sup>19</sup>	R\$180,00
Seleção dos temas a serem tratados pelo guia	Consultor de Turismo	30 horas	R\$37,00	R\$1.110,00
Divulgação do Roteiro	Site do Turismo de Iguape	-	R\$35,00 <sup>20</sup>	R\$360
Locação de Van	Prefeitura de Iguape	-	R\$600 <sup>21</sup>	R\$600
<b>TOTAL</b>	-	-	-	<b>R\$4.805,16</b>

Fonte: A autora (2019)

Os valores pelas horas trabalhadas pelo Consultor de Turismo foram definidos a partir da média salarial de R\$2.263,00 descritos no site Vagas.com, empresa responsável por recrutar bons profissionais para as empresas cadastradas em seu site.

<sup>17</sup> Custo definido através do site Vagas.com no período de 26 de setembro de 2019.

<sup>18</sup> O valor unitário refere-se ao plano anual, sendo pago integral de uma vez. Os planos mensais e semestrais possuem custos mais altos. Valor definido através da empresa E-lemento no período de 26 de setembro de 2019.

<sup>19</sup> Valor tabelado pela Associação Brasileira dos Guias de Turismo – ABGTUR, valor do período de 04 de novembro de 2019.

<sup>20</sup> Valor estipulado pelo site de Turismo de Iguape. R\$35,00 por mês e R\$360,00 no plano anual. Cotada no período de 26 de setembro de 2019.

<sup>21</sup> Valor equivalente a locação de Van executiva por 6 horas. Cotada com a empresa Elite Van no período de 26 de setembro de 2019.

O planejamento dos *QR Codes* foi cotado com a empresa E-lemento. O valor de R\$335,16 se refere ao plano anual pago integral, equivalente a R\$27,93 mensais. Este valor corresponde ao plano profissional, o qual possui direito à impressão de 12 *QR Codes*, com *download* em JPG (*Joint Photographic Experts Group*), PNG (*Portable Network Graphic*) e SVG (*Scalable Vector Graphics*)<sup>22</sup>, com escaneamento ilimitado, assim como análises mensais referentes a frequência de uso dos códigos pelos turistas. A implementação dos *QR Codes* em cada atrativo ficará por conta da prefeitura. Os funcionários já recebem pelo serviço, não entrando no orçamento, assim como o salário do Guia de Turismo, que será concursado.

O atual valor a ser pago para um guia de turismo em um *city tour* de acordo com a Associação Brasileira dos Guias de Turismo – ABGTUR é de R\$180,00 para 4 horas. Este valor será usado como incentivo aos moradores do município que irão se tornar auxiliares do guia de turismo durante o *city tour*.

A divulgação do roteiro será realizada no Portal de Turismo de Iguape. O valor atual para divulgação é de R\$360,00 anual, com anúncios no estilo banner quadrado, 200 x 200px.

Os valores da locação da Van para os dias em que ocorrerão o roteiro foram definidos a partir de uma cotação realizada com a empresa Elite Vans, no dia 26 de setembro de 2019. O valor da diária com um prazo total para uso de 6 horas por dia, ficou em R\$600,00 com motorista, para uma van executiva de 15 lugares.

#### 6.3.4 Avaliação do retorno do investimento

Atualmente, os eventos que ocorrem em Iguape, como a Festa do Bom Jesus movimentam muitos turistas no município, advindos de diversas localidades, em especial do estado de São Paulo. O advento dos turistas para a Festa do Bom Jesus, por exemplo, se inicia todo final de junho, com as tradicionais caminhadas e romarias.

---

<sup>22</sup> Formatos de imagens salvas em dispositivos eletrônicos.

Desta maneira, o principal objetivo do projeto é impulsionar o turismo cultural em Iguape, valorizando a cultura do município sob o olhar do visitante. E, acima de tudo, mostrar ao turista a rica história que possui, sua importância no passado, entre outras peculiaridades que Iguape carrega em sua bagagem cultural.

Desta maneira, o roteiro apresenta um investimento inicial de R\$4.805,16, porém, o aluguel da van com diárias em torno de R\$600,00, retardam um retorno financeiro significativo.

Para mensurar o tempo de retorno do investimento, considera-se o valor cobrado por pessoa para participar do roteiro, definido em R\$75,00. A partir de pesquisas de mercado e mensurando os valores gerais de roteiros de 4 horas, fez-se uma escala entre R\$10,00 à R\$100,00 para ser cobrado por participante. O valor final (R\$75,00) foi definido a partir de pesquisa de campo com os turistas em Iguape, onde, 50% pagaria até R\$75,00 em um roteiro com acompanhamento de guia.

Considerando bons cenários financeiros, onde, o roteiro atinge o total de 13 pessoas por dia, ocorrendo no mínimo 2 vezes por mês – sucedendo mensalmente –, anualmente, apenas com o *city tour*, conseguirá arrecadar ao município em torno de R\$23.400,00 reais. Entretanto, haverá despesas mensais variando de acordo com a quantidade de vezes em que o roteiro acontecer, como, o aluguel da van (R\$600,00) e o morador condutor (R\$180,00).

Desta maneira, se considerar o investimento inicial de R\$4.805,16 demorará em torno de 1 ano e 2 meses para o dinheiro investido retornar.

Porém, vale ressaltar que, o roteiro é um ótimo instrumento de promoção da localidade, revertendo-se em uma ferramenta que poderá impulsionar o turismo do município, auxiliando na diminuição da sazonalidade e contribuindo para o aumento da renda no comércio local. Além de que, ao longo dos meses, o retorno que vier será distribuído pelo município, como um pacote de melhorias para a localidade. Ou seja, todo o dinheiro que retornar, será convertido para bens culturais do município, incentivando melhorias constantes a longo prazo.

Desta maneira, deve-se visualizar o retorno do investimento como um processo de longo prazo, considerando as benfeitorias que deverão ser realizadas no município ao longo dos anos. O roteiro será apenas o instrumento

que impulsionará Iguape como um destino cultural educativo, com o objetivo de atrair turistas de outras regiões para vivenciar a cultura local, assim como diminuir disponibilizar ao visitante em épocas não festivas, uma atividade que lhe permita aprender sobre o município, conhecer a essência de uma cidade do interior que há muito, fora importante para todo o país.

Têm-se, ainda, o retorno indireto dos visitantes, que irão contribuir com o giro da economia local através de alimentação, hospedagem e *souvenirs*.

Portanto, conclui-se que, o retorno em si possui uma estimativa consideravelmente longa, demorando até mesmo anos para ser efetivo. Entretanto, as melhorias que irão ocorrer durante o período serão de grande relevância, aumentando a qualidade dos atrativos do município, agregando maior valor a eles, assim como para a comunidade, ao ver Iguape recebendo investimento mesmo que por um longo período.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o estudo acerca do município de Iguape, dos roteiros e do turismo cultural, percebe-se que há muito além por trás de construções antigas, de um prato tradicional da localidade, do linguajar e do artesanato.

As muitas formas de expressões regionais que são inconscientemente depositadas nesses materiais tangíveis e intangíveis, contam a história de um lugar que há muito, foi palco de momentos marcantes para diversas gerações.

Ir além, é construir uma bagagem de conhecimento que leva o visitante a apreciar o espaço, a enxergar a beleza por trás daquilo que não voltará mais.

A empatia é desenvolvida nesses momentos, a apreciação aumenta consideravelmente e pode-se dizer que realmente conheceu determinado lugar.

Além de ótimas ferramentas de promoção da localidade, que incentivam o turista a explorar vários atrativos em curtos ou longos períodos, os roteiros guiados aderem visitas mais profundas, contemplando aspectos que passam despercebidos em outros momentos.

Ao buscar compreender de que forma um roteiro turístico histórico-cultural pode auxiliar na promoção de Iguape e sua cultura, houve uma interação mais profunda entre a autora do trabalho e o município que conhecia desde a infância. Ao voltar para Iguape para realizar as pesquisas de campo, um novo olhar sob as construções centenárias e costumes regionais fora despertado. Surgira uma nova perspectiva sob a pacata cidadezinha no interior do estado que recebe turistas em períodos sazonais. Sob este panorama, notou-se o quão importante o turismo é nesses momentos, onde, é capaz de distribuir pelo país a história de uma região historicamente importante.

O presente estudo analisou as principais características do turismo cultural, interpretação do patrimônio, roteiros interpretativos, e como os roteiros turísticos beneficiam cidades históricas a terem sua trajetória contada e preservada pela população.

Notou-se ainda que, cidades históricas por serem ricas culturalmente, necessitam ser preservadas não apenas fisicamente, mas na sociedade, com a população em geral a par de sua importância para a região e/ou país. Os

monumentos são a prova física de uma época que já se fora, que moldou as gerações atuais. É neste momento em específico, que o turismo cultural entra como forma de educar o turista, tanto na preservação quanto na bagagem educativa que ele levará para a vida.

A partir dos resultados obtidos, notou-se a falta de familiaridade entre os visitantes e Iguape, onde sua história é profundamente deixada de lado e os espaços utilizados pelo turista no município, são apenas para entretenimento com pouca ou quase nenhuma imersão cultural. Portanto, o presente roteiro contará ainda com o auxílio de dois condutores, que estarão repassando aos turistas toda a importância de Iguape. O Guia – concursado pela prefeitura e especializado na história do município – dará a versão educativa e teórica da história de Iguape, sob uma visão impessoal. O morador ou moradora, terá como maior objetivo, interpretar a cidade para os visitantes. Sua visão pessoal de uma vida morada em Iguape será responsável por garantir ao turista uma imersão cultural com a localidade, incentivando o turista a ampliar seu olhar sob a história de Iguape.

Devido ao custo elevado do transporte e a dificuldade dos turistas de optarem por um serviço de roteiro com um valor consideravelmente alto, organizou-se o roteiro de modo que 90% dos atrativos a serem visitados fossem realizados a pé, com exceção do Mirante do Cristo Redentor, que contará com transporte já incluso no valor do roteiro para ser visitado. Portanto, devido a esse fator, o roteiro não será gratuito e para garantir a locação da van com motorista, além de ajudar em longo prazo com melhorias no município.

O projeto é um importante instrumento para valorização do município, visto sob a perspectiva da autora, que na infância visitou diversas vezes a cidade, sem ter o conhecimento ou a procura por uma imersão da cultura local. Ou seja, visto sob perspectiva pessoal, orientações educacionais acerca do município são importantes para a valorização e conservação do espaço.

Desta maneira, espera-se que o projeto aproxime o turista à história de Iguape, fazendo-o refletir acerca dos monumentos, atrativos e como se deu a atual Iguape. É uma forma também de incentivar a preservação e conservação dos espaços tanto fisicamente quanto na memória, não só dos visitantes, mas dá comunidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABGTUR. Leis que regem a profissão do Guia de Turismo no Brasil. Disponível em: <<https://www.abgtur.tur.br/entidade.htm>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

ABLAS, L. **Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional**. Revista Turismo em Análise, 2(1), 42-52, 1991.

ABRAHÃO, C. S; BAHL, M. **Turismo Cultural e Desenvolvimento Incluyente: o caso de Paranaguá, Paraná, Brasil**. Revista Turismo em Análise, Vol. 22, n.1, 2011.

AFROSAN. **Conheça a Região Metropolitana da Baixada Santista**. Disponível em: <<https://www.afrosan.org.br/regiao/>>. Acesso em: 03 out. 2019.

APP TICKET. Disponível em: <https://appticket.com.br/criar-evento/> Acesso em: 26 set. 2019.

ARAGÃO, I. R; CARVALHO, K. D. **Turismo, Cultura e Memória: estudo sobre dois Patrimônios Culturais da Humanidade no Brasil**. Turismo em Análise, Vol. 24, n.3, 2013.

BAHL, M. **Roteiros e Eventos como Elementos Dinâmicos no Desenvolvimento Regional do Turismo**. Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2015.

BAZANI, R; FERREIRA, A. A; FÉRIS, J. R. R; RAVAGNANI, F. A. **A Estratégia De Segmentação De Mercado Como Vantagem Competitiva: Um Estudo Exploratório No Setor De Turismo “Single” A Partir Da Cidade De São Paulo**. Podium - Sport, Leisure and Tourism Review. Vol.5, N.1, 2016.

BELEZAS DO VALE. **Mirante do Cristo**. Disponível em: <https://belezasdovale.com.br/listing/mirante-do-cristo/> Acesso em: 23 ago 2019.

BENI, M. C. **Turismo: da Economia de Serviços à Economia da Experiência**. Turismo - Visão e Ação - vol. 6 - n.3 - set./dez. 2004

BIESEK A. S; CARDOZO P. F. **Interpretação do Patrimônio Ambiental: O Caso do Parque Nacional Do Iguaçu (Foz Do Iguaçu, PR)**. CULTUR - Revista de Cultura e Turismo, ano 06, nº04, 2012.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Roteirização Turística**. Brasília, 2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação Do Turismo e o Mercado**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 04 abril 2019

BRITO, M. S. F; **Memória E Identidade: Aspectos Relevantes Para O Desenvolvimento Do Turismo Cultural**. 2013, Dissertação (Mestrado em Economia Política), Escola de Ciências Sociais e Humanas, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2013.

BUSCA ÔNIBUS. **4 Cidades históricas que você precisa conhecer**. Disponível em: <<http://blog.buscaonibus.com.br/4-cidades-historicas-que-voce-precisa-conhecer/>> Acesso em: 23 ago 2019.

CANADI, M; HÖPKEN, W; FUCHS, M. **Application of QR Codes in Online Travel Distribution**. Information and Communication Technologies in Tourism 2010 pp 137-148.

CANALTECH. **PNG, GIF, JPG, SVG: Quais as diferenças entre os principais formatos de imagem?**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/entretenimento/png-gif-jpg-svg-quais-as-diferencas-entre-os-principais-formatos-de-imagem-58357/>> Acesso em: 09 out. 2019.

CAPONERO, M. C; LEITE, E. **Inter-Relações entre Festas Populares, Políticas Públicas, Patrimônio Imaterial e Turismo**. Patrimônio: Lazer & Turismo, v.7, n. 10, abr.-mai.-jun./2010, p. 99-113.

CASA DO PATRIMÔNIO VALE DO RIBEIRA. **Educação Patrimonial. Memória, Cidadania e Cultura**. Disponível em: <<https://patrimonioaledoribeira.org/>> Acesso em: 11 abril 2019.

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DO AMAZONAS. **Roteiro Turístico**. Disponível em: <[http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo\\_hosp\\_lazer/061112\\_rot\\_tur.pdf](http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_rot_tur.pdf)> Acesso em: 23 maio 2019.

CORRÊA, M. I S; SOUZA, A. C. R; MARÇAL, M. C. C. **O uso do QR CODE na gestão da comunicação: o caso da rede social WineTag**. Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação Recife | v. 1 | n. 1 | p. 118-132, 2012.

EDUCAÇÃO PATRIMONIAL. **Mais uma Casa do Patrimônio coloca um Blog no ar.** Disponível em: <https://educacaopatrimonial.wordpress.com/2010/10/26/mais-uma-casa-do-patrimonio-coloca-um-blog-no-ar/>> Acesso em: 08 out. 2019.

E-Lemento. **O QR Code de forma simples.** Disponível em: <https://e-lemento.com/> Acesso em: 26 set. 2019.

ELITE VANS. **Locação de Carro Executivo, Vans, ônibus e micro-ônibus.** Disponível em: <https://www.elitevan.com.br/> Acesso em: 26 set. 2019.

FIALHO, L. L; DIAS, R. **Patrimônio Cultural, Histórico e Artístico como Atrativo Turístico: um estudo sobre o Santuário de Congonhas — MG.** Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica, Volume V – Nº1, 2010.

FINO, E. R; GUTIÉRREZ, J. M; FERNÁNDEZ, M. D. M; DAVARA, E. A. **Interactive Tourist Guide: Connecting Web 2.0, Augmented Reality and QR Codes.** International Conference on Virtual and Augmented Reality in Education, Procedia Computer Science 25, 338– 344, 2013.

GEO Imagens Didáticas. Disponível em: <http://www.geoimagens.com.br/buscar-imagens/igreja/santuario-senhor-bom-jesus-de-iguape-sp/>> Acesso em 23 ago 2019.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GILMORE, J. H; PINE, B. J. **The Experience is the Marketing.** BrownHerron Publishing, 2002.

GRUPO FAMÍLIA MUELLER. Disponível em: <http://familiamuller.com.br/nossas-viagens/22-nossas-viagens/106-iguape-sp.html>> Acesso em: 11 abril 2019.

G1. **Festa em celebração a Bom Jesus de Iguape movimentava Vale do Ribeira.** Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2018/08/03/festa-em-celebracao-a-bom-jesus-de-iguape-movimenta-o-vale-do-ribeira-sp.ghtml>> Acesso em: 23 ago 2019

HIGA, S. C. A. M. **Jogo pedagógico: Facilitador do processo de ensino e de aprendizagem na alfabetização do 1º ano do ensino fundamental.** Monografia (Pós-Graduação em Educação) Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2012.

IGUAPE. **Museus Histórico e Arte.** Disponível em:  
<[http://www.iguape.sp.gov.br/novo\\_site/pdf/MuseusHist%C3%B3ricoeArte.pdf](http://www.iguape.sp.gov.br/novo_site/pdf/MuseusHist%C3%B3ricoeArte.pdf)>  
Acesso em: 23 set. 2019.

INCORPLAN. **1ª Casa de Fundação de Iguape.** Disponível em:  
<<http://www.incorplanengenharia.com.br/patrimonio-cultural-restauro-1a-casa-de-fundicao-iguape>> Acesso em: 23 ago 2019.

IPHAN. **Aniversário de Iguape-SP é comemorado com tombamento como patrimônio nacional.** Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/2686/aniversario-de-iguape-sp-e-comemorado-com-tombamento-como-patrimonio-nacional>> Acesso em: 11 abril 2019.

IPHAN. **Iguape/SP.** Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/386/>>. Acesso em: 25 fev 2019.

IPHAN. **Casa do Patrimônio em Iguape.** Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/2405/casa-do-patrimonio-em-iguape>>  
Acesso em: 11 abril 2019.

IPHAN. **Patrimônio Mundial - SP.** Disponível em:  
<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/645/>> Acesso em: 08 abril 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). **Museu e turismo: estratégias de cooperação.** Brasília, 2014.

LAGE, B. **Segmentação do mercado turístico.** Revista Turismo Em Análise, 3(2), 61-74.

LÓSSIO, R. A. R; PEREIRA, C. M. **A Importância da Valorização da Cultura Popular para o Desenvolvimento Local.** III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Bahia, 2007.

JURKEVICS, V. I. **Festas Religiosas: A Materialidade Da Fé.** História: Questões & Debates, n. 43, p. 73-86, editora UFPR, Curitiba, 2005.

KEKANTO. **Restaurante Panela Velha.** Disponível em:  
<<https://kekanto.com.br/biz/restaurante-panela-velha-5>> Acesso em: 23 ago 2019

MANCINI, L. A. **Turismo Cultural: Proposta de Roteiro Interpretativo para o Município de São Francisco do Sul - SC**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria), Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2007.

METTE, P. A. P; **Calendário Histórico Cultural: A contextualização das Festas Tradicionais Realizadas em Blumenau-SC para Promoção Turística**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2005.

MONTEIRO, W. L. **Avaliação de Destinos Turísticos - O Caso do turismo de Natureza da Guiné-Bissau**. Dissertação (Mestrado em Ciências Empresariais), Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2014.

MURTA, S. M.; ALBANO, C. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

NASCIMENTO, F. B; SCIFONI, S. **O Tombamento De Iguape Como Patrimônio Nacional: Novas Práticas e Políticas de Preservação**. PARC Pesquisa em Arquitetura e Construção, Campinas, v. 6, n. 1, p. 26-38, jan./mar. 2015. ISSN 1980-6809.

NETO, F; FREIRE, T. **Contribuições da Psicologia Social para a Compreensão do Fenômeno Turístico**. Universidade do Porto. *Jornal de Psicologia*, 4/5, 3-13, 1990.

PAES, M. T. D **Patrimônio Cultural, Turismo e Identidades Territoriais – Um Olhar Geográfico**. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

PEZZI, E; SANTOS, R. J.; **A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: Aproximações Entrea Antropologia e o Marketing**. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Universidade de Caxias do Sul, 2012.

PISSATO, C. S. P. **Tombamento e Gestão em Iguape/SP: Políticas do Patrimônio Cultural nos anos 2000**. 2018. Dissertação (Mestrado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

PORTAL DE TURISMO. **Guia Turístico de Iguape**. Disponível em: <<http://www.iguape.tur.br/cultura.htm>> Acesso em: 23 set. 2019

PREFEITURA MUNICIPAL DE IGUAPE/SP. Disponível em: <<http://www.iguape.sp.gov.br/site/>>. Acesso em: 25 fev 2019.

PUCCI, P. R. B; CARDOZO, P. F. **Planejamento Interpretativo do Patrimônio Cultural Histórico e Arquitetônico da Região Central da Cidade de Castro - PR.** Turismo & Sociedade, v. 1, n. 2, p. 133-153, Curitiba, 2008.

RIGATTO, S. C. **A Segmentação de Mercado e a Comunicação Publicitária no Turismo: O Modelo de Plog em Anúncios Veiculados por Revista Especializada.** Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação Social) Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007.

SANTUÁRIO DO BOM JESUS DE IGUAPE. Disponível em: <<https://www.senhorbomjesusdeiguape.com.br/#>> Acesso em: 23 set. 2019.

SEBRAE. **Segmentação da Oferta nas Agências de Viagem.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmentacao-da-oferta-nas-agencias-de-viagem,1336201221455510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=15>> Acesso em: 09 abril 2019.

SEBRAE. **Turismo de Experiência.** Conselho Deliberativo | Pernambuco 2015-2018. Recife, 2015.

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Sabor de São Paulo.** Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=197>> Acesso em: 08 abril 2019.

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **100 Destinos Imperdíveis do Estado de São Paulo.** Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=106>> Acesso em: 08 abril 2019.

SOON, T. J, **QR Code**, Synthesis Journal, Section 3, p. 59–78, 2008.

TECHTUDO. **Android, IOS ou Windows Phone: qual é o melhor sistema para smartphones?.** Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/04/android-ios-ou-windows-phone-qual-e-o-melhor-sistema-para-smartphones.html>> Acesso em: 09 out. 2019.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** 7ª edição, Papirus, Campinas, 1998.

TRIPADVISOR. **Restaurante Panela Velha.** Disponível em: <[https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant\\_Review-g2348869-d4420953-](https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g2348869-d4420953-)

[Reviews-Panela Velha-Iguape State of Sao Paulo.html](#)> Acesso em: 23 set. 2019.

UNWTO. **Código de Ética Mundial para o Turismo**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/PREVIEW\\_MTUR\\_Codigo\\_de\\_Etica\\_Turismo\\_120\\_210mm\\_Portugues.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PREVIEW_MTUR_Codigo_de_Etica_Turismo_120_210mm_Portugues.pdf)> Acesso em: 09 abril 2019.

VAGAS. Disponível em: <<https://www.vagas.com.br/>> Acesso em: 26 set. 2019.

ZANIRATO, S. H. **Patrimônio cultural: a percepção da natureza como um bem não renovável**. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 26, nº 51, p. 251-262 - 2006.

## APÊNDICES

### APÊNDICE I

#### PESQUISA ACERCA DA MOTIVAÇÃO DA VISITA À IGUAPE

##### SEÇÃO 1 – IGUAPE

###### 1. Com que frequência visita Iguape?

Semanalmente     Mensalmente     Trimestralmente     Anualmente

###### 2. Principal motivação para visitar o município?

Atrativos de Iguape     Negócios     Parada para outra cidade     Outros

###### 3. Sabia que Iguape é tombada pelo IPHAN?

Sim                       Não

###### 4. Conhece a história de Iguape?

Sim                       Não                       Pouco

###### 5. Conhece a Casa do Patrimônio de Iguape?

Sim, já visitei     Sim, mas nunca visitei     Não

###### 6. Durante a visita, teve alguma dificuldade em relação ao turismo no município? Exemplo: falta de informação, falta de atrativos...

Falta de Informação  
 Falta de atrativos  
 Atrativos Sem acessibilidade  
 Falta de Serviços ao turista  
 Falta de Manutenção nos Atrativos  
 Falta de Acompanhamento de um guia  
 Outros

###### 7. Quando vem à Iguape, quais atividades costuma praticar?

Turismo Cultural     Turismo Religioso     Turismo de Negócios  
 Turismo Social     Turismo de Compras     Turismo de Saúde  
 Turismo de Aventura     Turismo Gastronômico     Ecoturismo

**8. Como avaliaria a qualidade dos serviços turísticos?**

Ruim       Regular       Bom       Excelente

**SEÇÃO 2 – TURISMO CULTURAL****9. Qual seu grau de interesse em Turismo Cultural?**

Indiferente       Não gosto       Gosto       Gosto muito

**10. Faria um roteiro histórico-cultural nos atrativos do município?**

Sim       Não       Talvez

**SEÇÃO 3 – TURISTA****11. Escolaridade**

Sem Escolaridade  
 Ensino Fundamental Incompleto  
 Ensino Fundamental Completo  
 Ensino Médio Incompleto  
 Ensino Médio Completo  
 Superior Completo  
 Pós-Graduado

**12. Idade**

15 anos a 20 anos       21 a 30 anos       Mais de 30 anos

**13. Cidade em que reside?**

## APÊNDICE II



### PESQUISA ACERCA DA MOTIVAÇÃO DA VISITA À IGUAPE (FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE)

#### SEÇÃO 1 – IGUAPE

**14. Com que frequência visita Iguape?**

Semanalmente  Mensalmente  Trimestralmente  Anualmente

**15. Suas visitas à Iguape são exclusivas para a Festa do Bom Jesus, ou vem em outras épocas do ano?**

Sim  Não

**16. Quando vem à Iguape, qual a principal motivação para visitar o município?**

Atrativos de Iguape  Negócios  Parada para outra cidade  Outros

**17. Sabia que Iguape é tombada pelo IPHAN?**

Sim  Não

**18. Conhece a história de Iguape?**

Sim  Não  Pouco

**19. Conhece a Casa do Patrimônio de Iguape?**

Sim, já visitei  Sim, mas nunca visitei  Não

**20. Durante a visita, teve alguma dificuldade em relação ao turismo no município? Assinale as alternativas que mais se aplicam a você:**

Falta de Informação  Falta de atrativos  Atrativos Sem acessibilidade  Falta de Serviços ao turista  Falta de Manutenção nos Atrativos  Falta de Acompanhamento de um guia  Outros

**21. Quando vem à Iguape, quais segmentos costuma praticar?**

- Turismo Cultural     Turismo Religioso     Turismo de Negócios  
 Turismo Social     Turismo de Compras     Turismo de Saúde  
 Turismo de Aventura     Turismo Gastronômico     Ecoturismo

**22. Como avaliaria a qualidade dos serviços turísticos?**

- Ruim     Regular     Bom     Excelente

**SEÇÃO 2 – TURISMO CULTURAL**

**23. Qual seu grau de interesse em Turismo Cultural?**

- Indiferente     Não gosto     Gosto     Gosto muito

**24. Faria um roteiro histórico-cultural nos atrativos do município?**

- Sim     Não     Talvez

**SEÇÃO 3 – FESTA DO BOM JESUS DE IGUAPE**

**25. Principal motivação para frequentar a Festa do Bom Jesus de Iguape:**

- Religiosidade     Compras     Ambas as opções

**26. Sabe como surgiu a Festa do Bom Jesus de Iguape?**

- Sim     Não

**27. Cite um ponto forte da Festa do Bom Jesus de Iguape:**

**28. Cite algo em que melhoraria na Festa do Bom Jesus de Iguape:**

**SEÇÃO 3 – TURISTA**

**29. Idade**

- 15 a 20 anos     21 a 30 anos     Mais de 30 anos

**30.Cidade em que reside atualmente?**

### APÊNDICE III

#### SEÇÃO 1 – TURISMO EM IGUAPE

1. Todos os municípios possuem alguma dificuldade no âmbito turístico. No caso de Iguape, qual seria sua maior ou maiores limitações?

2. Iguape possui um notório legado cultural e religioso, a exemplo disso, é seu Centro Histórico tombado pelo IPHAN e a Festa do Bom Jesus de Iguape, que movimentam consideravelmente o fluxo turístico da cidade. Desta maneira, há propostas direcionadas ao Turismo Cultural de Iguape? Se sim, cite algumas.

3. Quais ações de melhorias estão em andamento?

4. Há algum serviço que disponibilize ao turista *city tours* acompanhados de Guias?

5. A população possui alguma atividade educacional em relação à cultura do município?

6. Nos anos anteriores, era realizado a Oficina de Culinária Tradicional Caiçara. Foi interrompida por quais motivos e quais são as chances de voltar a funcionar?

#### SEÇÃO 2 – O ROTEIRO

7. Em sua opinião, um roteiro interpretativo histórico-cultural ajudaria a impulsionar o turismo cultural em Iguape?

8. Quais as chances de o município aderir um roteiro histórico-cultural gratuito para os turistas?

**9. Em sua opinião, quais órgãos estariam dispostos a patrocinar o roteiro para os turistas?**

### **SEÇÃO 3 – CASA DO PATRIMÔNIO**

**10. Após sua instalação, quais benefícios a Casa do Patrimônio têm trazido para Iguape?**

**11. Nome e cargo**