

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

ANA CLÁUDIA MANENTE

**A EXPERIÊNCIA DE UM GRUPO DE ACADÊMICOS DE
BACHARELADO EM TURISMO NO ANO DE 2017 NA CIDADE DE
OURO PRETO – MG**

PONTA GROSSA

2019

ANA CLÁUDIA MANENTE

**A EXPERIÊNCIA DE UM GRUPO DE ACADÊMICOS DE
BACHARELADO EM TURISMO NO ANO DE 2017 NA CIDADE DE
OURO PRETO – MG**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado como requisito parcial à obtenção
do título de Bacharel em Turismo, na
Universidade Estadual de Ponta Grossa, setor
de Ciências Sociais Aplicadas.

Orientador: Prof. Me. Ricardo Gomes Ramos

PONTA GROSSA

2019

RESUMO

MANENTE, A. C. A Experiência do acadêmico de Bacharelado em Turismo na cidade de Ouro Preto – MG. 2019. 00f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, 2019.

O presente trabalho buscou compreender a percepção dos acadêmicos do curso de Bacharelado em Turismo que realizaram visita à cidade de Ouro Preto no ano de 2017, acompanhados de professores do departamento. Durante a viagem foi possível conhecer alguns dos atrativos histórico-culturais da cidade, que é tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Cultural (IPHAN) e também está inscrita na Lista de Patrimônio Mundial. A viagem foi realizada mediante roteiro apresentado pelos professores responsáveis pela viagem. Após a mesma, uma pesquisa foi realizada com os acadêmicos que estiveram presentes na viagem, para compreender qual a percepção dos mesmos a respeito dos atrativos visitados. Sendo assim, os resultados encontrados por meio da pesquisa e questionário, são apresentados de maneira positiva e interpretativa.

Palavras-chave: Turismo. Ouro Preto. Experiência. Bacharelado.

ABSTRACT

MANENTE, A. C. The Experience of the Bachelor of Tourism Academic in the city of Ouro Preto - MG. 2019.00f. Work of Conclusion Course (Graduation of Tourism - Ponta Grossa State University. Ponta Grossa, 2019.

The present work aimed to understand the perception of the students of the Bachelor of Tourism course who visited the city of Ouro Preto in 2017, accompanied by teachers of the department. During the trip it was possible to know some of the historical and cultural attractions of the city, which is listed by the Institute of Historical and Artistic Cultural Heritage (IPHAN) and is also inscribed on the World Heritage List. The trip was made through a script presented by the teachers responsible for the trip. After this, a survey was conducted with the students who were present on the trip to understand their perception of the attractions visited. Thus, the results found through the survey and questionnaire are presented in a positive and interpretive manner.

Keywords: Tourism. Ouro Preto. Experience. Bachelor.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Grau de interesse no turismo de caráter cultural arqueológico patrimonial.

Figura 02: A oferta turística de Ouro Preto é colaborativa à relação teoria x prática para cada acadêmico de turismo.

Figura 03: O tempo de permanência na Cidade de Ouro Preto foi suficiente.

Figura 04: Os atrativos poderiam ser melhores conservados.

Figura 05 – Basílica de Nossa Senhora do Pilar.

Figura 06 – Igreja de São Francisco de Assis.

Figura 07 – Largo de Coimbra.

Figura 08 – Vista da Igreja Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia.

Figura 09 – Igreja Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia.

Figura 10: Museu da Inconfidência.

Figura 11: A qualidade visual dos atrativos é boa.

Figura 12: A interpretação patrimonial é possível sem a contratação de um guia de turismo.

Figura 13: A sinalização turística é suficiente.

Figura 14: Placa de sinalização – Largo de Coimbra – Ouro Preto.

Figura 15: Não tive nenhum problema ao pedir informações turísticas quando em visita a Ouro Preto.

Figura 16: Os serviços de alimentação e compra de souvenirs são suficientes.

Figura 17: Os atrativos localizados em municípios próximos possuem boa localização.

Figura 18: Os valores de ingressos são justos.

Figura 19: A relação custo x benefício (valor pago x experiência de viagem) foi satisfatória.

Figura 20: A assessoria e acompanhamento dos professores foi satisfatória.

Figura 21: Os professores conseguiram após a viagem contextualizar assuntos da disciplina com as experiências vividas durante a mesma.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Passos de elaboração do trabalho.

Quadro 02 – Países mais visitados por estrangeiros em 2017.

Quadro 03 – Segmentos do Turismo.

Quadro 04 – Relação das disciplinas com a temática patrimonial.

Quadro 05 - Roteiro Completo de Viagem Minas Gerais – Acadêmicos.

Sumário

RESUMO	3
ABSTRACT	4
LISTA DE FIGURAS	5
LISTA DE QUADROS	6
1. INTRODUÇÃO	8
2. METODOLOGIA	10
3. REFERENCIAL TEÓRICO	12
3.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O TURISMO.....	12
3.2 O TURISMO NO BRASIL	20
3.3 O USO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL PELO TURISMO	24
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	54
Apêndice A	59

1. INTRODUÇÃO

O Estado de Minas Gerais ficou conhecido devido à grande riqueza dos minerais por lá encontrados em meados do século XVI, sendo tais minerais a principal fonte econômica de renda da região. No entanto, a partir de 1750 a produção do ouro começou a decair. Isso levou Portugal a modificar o método de arrecadação de fundos advindos do ouro brasileiro. Entretanto, isso gerou uma grande revolta, conhecida como Inconfidência Mineira, onde o povo lutou pela liberdade e se opôs a opressão recebida do governo português.

A cidade de Ouro Preto é demasiadamente relevante para a história do estado de Minas Gerais, pois originou-se devido ao grande agrupamento de garimpos de ouro encontrados na região. A cidade era conhecida como “Minas do Ouro” e passou a chamar-se Vila Rica após a capitania independente do estado de Minas Gerais, tornando-se assim sua capital, e com isso, trazendo o desenvolvimento para a cidade.

As minas desativadas, as edificações históricas da cidade e os atrativos turísticos fazem parte da riqueza da região. Estas características regionais carregam consigo bagagem de memória, sendo que tudo isso aguça a atividade do turismo, amplamente explorado e uma das bases econômicas da cidade mineira.

Tal pesquisa surgiu a partir de uma viagem acadêmica realizada no decorrer do curso de Bacharelado em Turismo, onde se pôde observar a importância da cidade de Ouro Preto para o estado de Minas Gerais, sendo que a oferta turística se deu por meio da exploração da história e do local como atrativo. A partir desta viagem, surgiu o questionamento: de que forma o universo acadêmico dos alunos presentes em Ouro Preto no ano de 2017, cursando bacharelado em turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) compreendem o destino Ouro Preto?

Compreende-se que trazer para o meio acadêmico informações acerca do tema, demonstra que não apenas a visita apresenta-se como método de conhecimento, mas também o desenvolvimento profissional, ao apontar como a história está inserida diretamente no desenvolvimento turístico local e de que maneira ela é explorada. Neste contexto e diante do exposto, justifica-se a realização da presente pesquisa, cujo objetivo geral buscou compreender a percepção dos acadêmicos do curso de Bacharelado em turismo da UEPG que realizaram visita à

Ouro Preto no ano de 2017. Os objetivos específicos procuraram identificar os principais atrativos turísticos na cidade de Ouro Preto visitados pelos acadêmicos, verificar a relação entre a teoria e a prática na formação acadêmica em turismo, analisar a oferta turística de Ouro Preto e mensurar a experiência de visita a Ouro Preto por parte dos acadêmicos de turismo da UEPG.

Por meio do roteiro apresentado no quadro 01, é possível saber quais os locais e cidades percorridos pelos acadêmicos em questão, tal roteiro, fora elaborado pelos professores que acompanharam os acadêmicos durante todo o período de viagem ao estado de Minas Gerais.

2. METODOLOGIA

Os objetivos do trabalho foram propostos de maneira em que se fosse possível observar e analisar quais as percepções dos acadêmicos de Bacharelado em Turismo presentes na viagem a Minas Gerais no ano de 2017 em relação aos patrimônios histórico-culturais representados pela cidade de Ouro Preto, por meio de perguntas que pudessem auxiliar na elaboração do texto por meio de avaliação, análise de dados e embasamento teórico.

A coleta de dados para elaboração do trabalho se deu por meio de questionário, utilizando a plataforma *Google Forms* organizada a partir de uma escala de Likert definida por Llauradó¹ (2015, p.1) como um meio de medição de atitudes e conhecimento do grau de conformidade do entrevistado em relação as afirmações propostas pelo autor.

A escala de Likert tem a honra de ser um dos itens populares mais usados nas pesquisas. Ao contrário das perguntas sim/não, a escala de Likert nos permite medir as atitudes e conhecer o grau de conformidade do entrevistado com qualquer afirmação proposta. É totalmente útil para situações em que precisamos que o entrevistado expresse com detalhes a sua opinião. Neste sentido, as categorias de resposta servem para capturar a intensidade dos sentimentos dos respondentes.

Logo, para esta pesquisa a escala criada foi de 5 graus, ou seja, com 5 opções de resposta variando entre “concordo totalmente”, “concordo parcialmente”, “não concordo e não discordo”, “discordo parcialmente” e “discordo totalmente”.

Os respondentes do questionário (Apêndice A) foram acadêmicos do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, que no ano de 2017, tiveram a oportunidade de realizar uma viagem técnica para a cidade de Ouro Preto, acompanhados de professores responsáveis. O destino foi escolhido após momentos de conversação, onde apontou-se a necessidade da saída técnica para a análise do conteúdo ministrado em sala de aula, e também para posteriores avaliações e comentários mediante atividades e relatórios acerca do assunto.

A observação dos atrativos turísticos na cidade de Ouro Preto serviram como conteúdo acadêmico, de modo que os alunos observaram na prática como o turismo cultural acontece, qual a percepção de cada indivíduo mediante situações já antes

¹ Disponível em: <<https://www.netquest.com/blog/br/escala-likert>> Acesso em 20.out.2019

comentadas em sala, e de que maneira a conservação destes atrativos realmente ocorre, visto que, diante das leis de conservação dos patrimônios, a realidade pode não condizer com o conteúdo encontrado nos arquivos relacionados.

A respeito dos dados coletados e posteriormente analisados, é possível informar que o embasamento teórico fora essencial para a sua compreensão, de modo que uma comparação da percepção acadêmica com o conteúdo disposto para seus estudos, pode por vezes despertar uma maneira diferente de absorver e assim compreender os itens mencionados na pesquisa.

Diante da utilização de gráficos para a análise dos dados coletados, é necessário informar que os mesmos foram obtidos através de questionário, onde as respostas obtidas são convertidas em dados, e posteriormente transformadas em gráficos pela plataforma selecionada para aplicação das perguntas. O *Google Forms* disponibiliza após o término da avaliação, gráficos explicativos em formato de figuras, as quais serão apresentadas no decorrer do trabalho.

De acordo com o quadro 01, apresenta-se quais foram os passos de elaboração do trabalho em questão.

Quadro 01 – Passos de elaboração do trabalho.

Viagem Acadêmica para Minas Gerais – 16 a 21 de outubro de 2017
Análise dos temas: Viagem acadêmica; turismo histórico cultural.
Elaboração de texto com embasamento teórico.
Pesquisa com acadêmicos presentes na viagem a Minas Gerais.
Análise das respostas dos acadêmicos.

O quadro representado acima serviu como guia para a elaboração do trabalho, bem como para a pesquisa com os acadêmicos (Apêndice A) e auxiliou na organização do tema em questão, visando analisar as respostas presentes na pesquisa.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O TURISMO

O turismo é uma atividade que surgiu da necessidade do ser humano se locomover; o aumento da população e da riqueza fez com que as pessoas buscassem fazer turismo. O ato de viajar só estava ao alcance dos ricos e aventureiros que se deslocavam pelo prazer, fato este modificado pelas transformações proporcionadas pela Revolução Industrial que abriram as portas para a prática do turismo em larga escala, massificando a prática da atividade.

Segundo as ideias de Jenkins e Lickorish (2000) o início do turismo é dividido em quatro estágios, que são eles: Turismo pré-histórico; Transporte; Período entre guerras e; A decolagem do Turismo. Correspondem respectivamente à era medieval, ao início do século XVII, e ao surgimento das indústrias, o que ocasionou a riqueza dos povos, e estimulou o interesse dos demais países por suas conquistas; o início das ferrovias foi responsável pelo surgimento do segundo estágio, pois gerou o crescimento da população e fez com que crescessem suas riquezas, dando surgimento a um novo mercado, as viagens em massa; o terceiro estágio foi responsável pela interrupção da evolução no segundo estágio, porém, houve a expansão das rodovias e um investimento na aviação. Também conhecido como a era dos automóveis. Ainda no terceiro estágio, surge um considerável aumento das atividades de lazer recreativas, campings, diminuição do valor nos transportes e os ônibus fretados. Assim, o setor turístico ganha reconhecimento e aumento, até o início da Segunda Guerra Mundial; A partir de 1945, com o final da Segunda Guerra Mundial, teve início o quarto estágio do turismo. Onde a revolução tecnológica tornou-se parte principal, bem como o desenvolvimento industrial em massa. A população começou a viajar mais, o que conseqüentemente deu oportunidades para o crescimento das empresas automobilísticas.

Através destes estágios pode-se observar que a melhoria nos transportes não foram os únicos responsáveis pelo início da atividade turística. Assim, constata-se que desde suas origens até a atualidade. O turismo vem se desenvolvendo de modo progressivo e consistente, participando de modo significativo na economia mundial, constituindo-se como um dos elementos caracterizadores do novo estilo de vida dos cidadãos das sociedades pós-industriais.

Andrade aponta que:

Por natureza o homem tende a racionalizar suas atitudes e procurar justificativas para os motivos que o levem a tomar as mais variadas, e não raro, inesperadas decisões em todos os campos de suas diversas atividades naturais e artificiais, práticas e teóricas. Assim, desde que concluiu que gostava ou carecia de ampliar seu campo de ação, através de deslocamentos em busca de víveres, de aumento de território tribal ou reduto familiar, ou mesmo para saciar sua curiosidade a respeito do que o pudesse empertigar por causa da possibilidade de alguma nova existência além do horizonte conhecido, aprendeu a viajar. (ANDRADE, 2002, p.14).

O turismo é uma ciência recente, há muitos conceitos que fazem com que torne as definições existentes imprecisas diante da extensão da atividade turística. Para Beni (2001, p. 38):

Há tantas definições de turismo quantos autores que tratam do assunto. Mas quanto maior o número de pesquisadores que se preocupam em estudá-lo, tanto mais evidentes se apresentarão à amplitude e a extensão do fenômeno do turismo e tanto mais insuficientes e imprecisas serão as definições existentes.

É também uma forma de lazer, pois reúne as características essenciais sendo que, a viagem descansa e diverte e ao mesmo tempo contribui para o desenvolvimento pessoal, por meio da interação entre pessoas de ambientes e realidades diferentes.

A primeira linha de pensamento remonta inicialmente à Grécia Antiga, na Idade Média, onde as pessoas se deslocavam frequentemente para assistir as olimpíadas na cidade de Olímpia. Naquele contexto, principalmente com relação às olimpíadas, marco simbólico dos gregos, mais de 200.000 pessoas se deslocavam para assistir os cinco dias de competição. Nesta época, diante de toda essa demanda, o local não era preparado de modo adequado, faltando assim acomodações, comidas e bebidas. Também durante o Império Romano as pessoas se deslocavam para as águas termais, como as das termas de Caracalla.

No período da Idade Média, diante de inúmeros conflitos, bem como a recessão econômica, surgem as peregrinações religiosas, como forma de pedir a paz, com uma quantidade significativa de pessoas. Também havia todo o contexto da peste, que levou as pessoas a se deslocarem diferentes vezes para diferentes lugares. Em decorrência desse ritual começam a aparecer os primeiros alojamentos com o nome de hotel (palavra francesa que designava os palácios urbanos).

Também as grandes expedições marítimas dos espanhóis, britânicos e portugueses incentivaram as grandes viagens. No final do século XVI surge o costume de mandar os jovens aristocratas ingleses para fazerem um *Grand Tour* ao final de seus estudos, com a finalidade de complementar sua formação e adquirir certas experiências.

Um novo tipo de viajante surge no século 18 em conexão com as transformações econômicas e culturais na Europa do Iluminismo e da Revolução Industrial. Trata-se aqui não do viajante de expedições de guerras e conquistas, não do missionário ou do peregrino, e nem do estudioso ou cientista natural, ou do diplomata em missão oficial, mas sim do *grandtourist*, conforme era chamado o viajante amante da cultura dos antigos e de seus monumentos... o costume tornava-se cada vez mais frequente entre as famílias ricas, que mandavam seus filhos viajar para países estrangeiros ainda jovens, para aprender uma ou duas línguas, edificar-se e distrair-se. Ao final do século 17, o turismo era essencialmente praticado por filhos da aristocracia e da chamada *gentry* (pequena nobreza). Mas, aos poucos, essa clientela foi se ampliando, de modo que, ao final do século 18, o *Grand Tour* estava já firmemente estabelecido para os filhos da classe média urbana melhor situada, formada por burgueses prósperos e emergentes do setor de serviços que a indústria indiretamente engendrava. (SALGUEIRO, 2002, p.11).

Por fim, a segunda linha de pensamento se ancora na Idade Contemporânea com o advento da Revolução Industrial e a consolidação da burguesia, dotada de recursos econômicos e tempo livre para viajar. Também, o invento do maquinário a vapor promove uma revolução nos transportes, que possibilita substituir a tração animal pelo trem a vapor tendo as linhas férreas que percorrem com rapidez as grandes distâncias cobrindo grande parte do território europeu e norte-americano, reduzindo de modo significativo o tempo de deslocamento.

[...] duas importantes invenções que propunham uma reviravolta no setor produtivo e de transportes: a ciência descobriu a utilidade do carvão como meio de fonte de energia e a partir daí desenvolveram simultaneamente a máquina a vapor e a locomotiva. Ambos foram determinantes para dinamizar o transporte de matéria-prima, pessoas e distribuição de mercadorias, dando um novo panorama aos meios de se locomover e produzir. (FREITAS, 2019, s/p).

Deste modo, diante da divergência das vertentes apresentadas, pode-se apontar que, embora sejam linhas de pensamento diferentes, ambas se baseiam na movimentação de pessoas que buscam atender objetivos diferentes, seja o lazer, a realização de negócios, visitas familiares ou compras.

De acordo com Panazollo (2005), na Europa, em meados do século XVIII, surge o turismo de montanha ou saúde: se constroem famosos sanatórios e clínicas

privadas europeias. Também as águas medicinais, os banhos de argila estão em ascensão. Percebe-se uma expansão do turismo por diferentes motivos e vertentes.

Em vista desse novo panorama, esses notáveis passaram a aceitar com mais frequência os banhos, frequentando as águas termais, que inicialmente estavam voltadas para o tratamento terapêutico. Além disso, também estava em moda a talassoterapia (tratamento em águas salgadas e geladas). (PANAZOLLO, 2005, p.03).

Mas somente com a invenção do trem e das ferrovias que deu o grande marco para deslocamentos em grandes distâncias. Thomas Cook modernizou o turismo na Inglaterra em diferentes segmentos, transporte, hospedagem e criação de pacotes turísticos.

[...] o personagem histórico Thomas Cook só se tornou conhecido e considerado pelas literaturas inglesa e mundial quando foi resgatado por meio de estudos sobre o fenômeno turístico, os quais começaram a ser objeto de interesse do capitalismo e de centros de pesquisa. (SANTOS FILHO, 2005, p. 74).

Em 1872, aconteceu a primeira viagem de volta ao mundo com um grupo de nove pessoas, a viagem teve a duração de 22 dias. Foi ele considerado o primeiro agente de viagens do mundo; utilizando o trem fretado. Na década de 1880, Henry Wells e William Fargo criam a agência de viagens American Express. Tal empresa a princípio dá atenção apenas ao transporte de mercadorias, mas depois de algum tempo passa a ser uma das maiores agências do mundo.

Santos Filho (2005), escreve que apesar destes nomes de grande importância na história do desenvolvimento do turismo como um todo, é Cesar Ritz que passa a ser considerado o pai da hotelaria moderna. Ritz, desde muito jovem ocupou todos os postos de trabalho possíveis em um hotel até chegar a gerente de um dos maiores hotéis de seu tempo. A ele foi conferido o título de mago, diante das inovações introduzidas no ramo, tendo transformando vários hotéis decadentes nos melhores da Europa, criando a figura do *sommelier* ou *sommelier* e a ideia de suítes, revolucionando a administração como um todo.

A palavra *sommelier*, tem origem francesa, do termo *sommelier*, assim era chamada a pessoa responsável pelos animais de carga, que puxavam os carros que transportavam comidas e bebidas, entre outros elementos. Com o tempo, o criado que era responsável por arrumar a mesa e fazer o serviço levou o nome de *sommelier*. A profissão *sommelier*, como atualmente conhecemos, nasceu no século XIX, com o surgimento dos grandes

restaurantes e posteriormente dos grandes hotéis. A atividade essencial do sommelier é dentro desses estabelecimentos. Ele é o responsável pela escolha e compra dos vinhos e demais bebidas, pelo armazenamento, pela elaboração das cartas, pelo serviço, pela recomendação de harmonizações e outros. O sommelier é parte importante do negócio gastronômico. (LEONARDI, 2018, p.31).

Por ocasião da Primeira Guerra Mundial (1914), pode-se afirmar que havia aproximadamente 150.000 turistas americanos na Europa. Nesta época as praias e os rios se convertem em centros de turismo na Europa começando a adquirir grande importância ao turismo costeiro.

Também um aspecto relevante é que findo o período da guerra, começa a fabricação em massa de ônibus e carros. Concomitantemente a esta criação, também o avião, utilizado por minorias em longas distâncias, vai se desenvolvendo timidamente para acabar impondo-se sobre as companhias navais.

A primeira guerra mundial demonstrou a importância do automóvel e como consequência, os anos entre 1920 e 1940 iniciaram a era do transporte terrestre em geral. As férias remuneradas, direito adquirido no período entre guerras, permitiram à população europeia iniciar uma nova rotina de viagens durante esta fase, e fez com que todas as classes aspirassem por realizá-las. Era o efetivo início do turismo de massas na Europa e nos Estados Unidos. (XAVIER, 2008, p.21).

Com o advento da Primeira e da Segunda Guerra Mundial, há todo um processo de paralisação do setor em âmbito mundial, e seus efeitos se estendem até o ano de 1949. Entretanto, logo em seguida, no início da década de 1950 tem início o “boom” turístico. “graças aos grandes avanços tecnológicos impulsionados pela indústria bélica, especialmente no setor de transportes aéreos que foram mais largamente popularizados após a crise, o turismo pôde enfim, evoluir”. (XAVIER, 2008, p.21).

Ainda pode-se apontar que segundo as ideias de Santos Filho (2005), todo o processo de recuperação econômica de vários países, tais como a Alemanha e Japão propiciaram a possibilidade de renda e automaticamente, o surgimento da classe média estável. Esta classe acaba demonstrando sólido interesse por viagens, buscando o conhecimento de outras culturas. Cabe ressaltar ainda, que paralelamente ao crescimento e desenvolvimento dos grandes centros, se evidencia a massificação, e em decorrência o desejo de evasão. O desejo de escapar da rotina das cidades e descansar as mentes da pressão. A produção de carros em série, bem como a construção de mais estradas, permite um maior fluxo de viajantes. Diante de

todo esse contexto apresentado, surge a padronização dos produtos turísticos. Diariamente os grandes operadores turísticos, as agências de viagem, lançam nos mercados inúmeros pacotes turísticos baratos e populares. Apesar de todo o crescimento, esta etapa se caracteriza também pela falta de experiência, o que implica em diversas consequências, tais como a falta de planejamento (não se observa a demanda existente e necessária e nem tampouco se faz um estudo dos impactos ambientais e sociais que podem surgir com a chegada massiva de turistas). (GONÇALVES, 2009)

O Turismo e o Meio Ambiente possuem uma estreita relação de dependência. Toda atividade turística necessita de um ambiente para acontecer, e esse ambiente seja ele natural ou não, sofre um processo de descaracterização em seu cenário natural pela ação humana. (GONÇALVES, 2009, p.11).

A crise energética e a consequente inflação característica da década de 70, principalmente no setor de transportes acarreta um novo período de crise no setor do turismo e assim há a necessidade de uma proposta que busque a massificação da oferta e da demanda. Foi a partir dos anos 80 que os momentos de crise diminuem e o turismo se converte no motor econômico de muitos países. Todo esse processo de desenvolvimento ocorre também devido a melhoria dos transportes, principalmente no setor aéreo. (Santos Filho, 2005)

As grandes empresas hoteleiras, no intuito de produzir um processo de internacionalização do turismo, buscam novas formas de utilização do tempo livre (parques temáticos, esporte, resorts e saúde). Passam cada vez mais a aplicar diferentes técnicas de marketing a fim de informar aos novos turistas produtos e destinos turísticos, o que gera uma forte competição entre eles.

Neste sentido, o uso de comunicação e utilização da mídia transformaram o setor, tornando o designer dos produtos, a prestação do serviço, a comercialização algo mais interessante.

Na década de 1990, com a queda dos regimes comunistas europeus, a Guerra do Golfo, a unificação da Alemanha, a guerra iugoslava, e uma série de outros acontecimentos históricos, há um amadurecimento do setor que seguiu crescendo, sendo que de uma maneira mais moderada e controlada. (XAVIER, 2008)

O turismo entra como parte fundamental da agenda política de numerosos países, sendo que o objetivo é alcançar um desenvolvimento turístico sustentável mediante a captação de novos mercados.

Pode-se afirmar que:

O turismo sustentável é o turismo explorado de forma consciente, organizado e planejado. É o desenvolvimento racional do turismo sem deteriorar o meio ambiente, explorando os recursos existentes no presente e não comprometendo as necessidades de atender às gerações futuras. (SENAR, 2003, p. 13).

Nos últimos anos o conceito de turismo sustentável vem sendo de modo considerável o centro das atenções no mundo do turismo, sendo tema de inúmeras conferências, relatórios, estudos e obras publicadas.

Apesar dos primeiros sinais de inquietação com o desenvolvimento sustentável terem surgido no século XVIII, só na segunda metade do século XX é que a questão ganhou mais relevância. Em relação à origem do conceito, analisando factos passados, podemos concluir que o aparecimento do conceito de desenvolvimento sustentável está relacionado com a má utilização dos recursos naturais, com o aparecimento de acidentes ambientais, bem como com o aparecimento de um conjunto de desequilíbrios de índole econômico, ambiental e social. Segundo Hardy e Beeton (2001), o conceito de desenvolvimento sustentável surgiu como um modelo de contradição, entre o crescimento econômico e a proteção ambiental. (OLIVEIRA E MANSO, 2010, p.22).

Ainda, segundo Swarbrooke (2000, p. 03), “trata-se de uma perspectiva a um prazo mais longo que o usual ao tornarmos decisões, e envolve uma necessidade de intervenção e planejamento”. O mesmo autor ainda aponta que o conceito de sustentabilidade envolve não apenas o meio ambiente, mas também as pessoas e sistemas de economia.

O debate sobre este segmento de turismo surgiu da ideia de desenvolvimento sustentável, que se refere de certo modo, à própria estruturação das cidades em si, da necessidade de responsabilidade para com a sociedade, da regulamentação de diferentes atividades.

Muitos são os termos que procuram definir o turismo dentro da literatura mundial e também muitas são as controvérsias encontradas neste sentido. Segundo Andrade (2002), o termo turismo tem sua origem no radical *tour* do latim, oriundo do verbo *tornare*, cujo significado é de giro e volta.

Na contemporaneidade o fenômeno turístico apresenta-se diretamente relacionado à economia, viagens, necessidade de descanso e lazer, otimizando para isso, diferentes espaços, tais como os naturais e rurais. Todavia, foi no início do século XIX, no período de formação da sociedade capitalista, que o turismo foi reconhecido como atividade econômica e rentável, diretamente relacionada ao desenvolvimento tecnológico e à produtividade, como identificado por alguns autores, entre eles Ignarra (1999) e Oliveira (1998).

Ao referir-se à definição do termo “turismo”, cabe ressaltar que autores como Ignarra (1999) e Oliveira (1998) apontam que as palavras turismo e turista derivam das palavras francesas *tourisme* e *touriste*, muito embora alguns pesquisadores, tais como Aurélio Buarque de Holanda apontem que a língua inglesa é a matriz dos termos.

Assim, apesar de tais discussões acerca da origem dos vocábulos, o importante é destacar que o turismo “a cada dia, cresce em importância e em significado social para todos os que buscam meios de maior integração com novas pessoas, novas culturas e novos recursos materiais.” (ANDRADE, 2002, p. 28).

Não se pode negar que este ramo vem se expandindo nos últimos anos. O ritmo alucinado vivenciado pela maior parte da população que reside principalmente nos grandes centros urbanos necessita de uma válvula de escape permanente, e assim sendo, muitos têm encontrado esta oportunidade de revigoramento no turismo. Cada classe social procura, dentro de suas possibilidades econômicas, adequar a viagem ou passeio que se permita fazer.

Embora não haja uma definição única do que seja Turismo, as recomendações da Organização Mundial de Turismo (OMT) / Nações Unidas o definem como “as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.”

Define ainda que “turista é um visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a 24 horas para local diferente da sua residência e do seu trabalho.” (BENI, 2010, p.5). Cabe ressaltar ainda, que de acordo com Aguiar (2002, p.45) esta é a definição adotada pela ONU em 1945, tendo acrescentado a ela uma duração máxima de estadia de, pelo menos, seis meses.

Segundo Wahab (In AGUIAR, 2002, p. 23), turismo é: “a soma das operações [...] de natureza econômica, [...] relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e fora de um país, cidade ou região.”

Neste sentido, Aguiar (2002, p.11), aponta que o turismo está intimamente relacionado aos fenômenos da globalização e da terceira revolução científico-tecnológica, tendo em vista que o incremento das viagens está interligado com estes dois fenômenos.

Deste modo, ao mesmo tempo em que o turismo sofre influência de ambos, também auxilia “para sua expansão e consolidação, facilitando a comunicação, aumentando intercâmbio de ideias e pessoas por todo o mundo”. (AGUIAR, 2002, p.11).

Todo esse fenômeno de crescimento pôde também ser observado no Brasil como um todo. Fenômenos que ao longo dos anos, contribuíram de modo significativo para o desenvolvimento de uma consciência global e aproximando comunidades, por mais distantes que estejam.

3.2 O TURISMO NO BRASIL

Diante do avanço observado no setor do turismo no mundo e Brasil, observa-se que Brasil as riquezas naturais, patrimônios históricos, a cultura baseada nas diferenças culturais, carnaval e futebol, alavancaram o crescimento do turismo. O desenvolvimento do setor é indiscutivelmente muito relevante para as cidades com atrativos, sendo indispensável para a economia de diversos países com excelente potencial turístico, como o Brasil.

Dados da Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisa do Ministério do Turismo revelam que, em comparação ao primeiro semestre de 2017, a receita cambial turística foi 5,94% superior em 2018, um total de US\$3,24 bilhões injetados na economia brasileira por turistas estrangeiros. No mês de junho de 2018, a receita cambial referente aos gastos de turistas estrangeiros no Brasil foi de US\$ 379 milhões, correspondendo a um percentual de 0,52% superior a junho de 2017, quando a receita foi de US\$ 377 milhões. (EMBRATUR, 2018).

No Brasil, muitas são as cidades médias e pequenas que, desprovidas de um próprio centro financeiro, necessitam de meios para o crescimento de sua economia

e de seu desenvolvimento, tais como Vitória, Ilha Bela, Santos, Ouro Preto, Tiradentes, Paraty, Angra dos Reis, Armação dos Búzios, entre outras.

No entanto, não são apenas as cidades pequenas e médias que necessitam do turismo; os grandes centros urbanos usam o turismo para sua fonte econômica, apesar de terem uma ampla economia de influência nacional ou internacional, como é o caso de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e outras. Cabe ressaltar que neste sentido, ocorre uma adoção de diferentes tipos de turismo, tais como o de negócios, de lazer, cultural, ecológico (mais aplicado em cidades menores com maior área rural), etc.

O Turismo no Brasil se caracteriza por oferecer uma variada gama de opções, tanto ao turista brasileiro quanto ao estrangeiro. O próprio governo ao longo dos anos tem apresentado esforços significativos em políticas públicas para desenvolver o turismo brasileiro, procurando baratear o deslocamento interno, desenvolvendo infraestrutura turística e capacitando mão de obra para o setor, além de aumentar consideravelmente a divulgação do país no exterior. (DIAS E AGUIAR, 2002)

Apesar de todos estes esforços, o Brasil não figura sequer entre os trinta países mais visitados do mundo. Segundo dados do relatório anual da Organização Mundial do Turismo (OMT), 51% das chegadas internacionais de turistas ocorreu na Europa, como pode ser observado no quadro 02:

Quadro 02 - Países mais visitados por estrangeiros em 2017

Posição	País	Nº de pessoas (milhões)	Posição	País	Nº de pessoas (milhões)
1º	França	86,9	6º	México	39,3
2º	Espanha	81,8	7º	Reino Unido	37,7
3º	Estados Unidos	75,9	8º	Turquia	37,6
4º	China	60,7	9º	Alemanha	37,5
5º	Itália	58,3	10º	Tailândia	35,4

Fonte: Diário do Nordeste. OMT divulga lista dos países mais visitados no mundo em 2017

Tal motivo certamente se prende ao medo da violência, à falta de estrutura adequada e ainda, à falta de pessoal capacitado. Este cenário vem mudando nos últimos anos.

Segundo Dias e Aguiar (2002, p. 28), no Brasil, pode-se encontrar diferentes formas de turismo. Levando em consideração a origem e o destino do turista, ele pode ser classificado como: turismo interno ou doméstico (dentro do próprio país), receptivo (vinda de turistas de outros países), emissor (ida de turistas a outros países), interior (combinação do turismo receptivo e doméstico), nacional (turismo dos visitantes residentes tanto para fora quanto para dentro do país de referência) e internacional (turismo realizado entre países).

O turismo pode ser segmentado objetivando normatizar estatísticas que apontem para os quesitos motivação da viagem e se classifica como turismo de lazer, recreação e férias, visita a parentes e amigos, negócios e motivos profissionais, tratamento de saúde, religião / peregrinações. No entanto, pode apresentar um número indefinido de vertentes, dependendo das motivações do viajante para empreender a viagem. Do ponto de vista da indústria do turismo, a identificação de diferentes tipos possíveis constitui-se numa segmentação do mercado turístico [...] não existe um número fixo, e pode haver modificações na importância da motivação para a viagem. (DIAS e AGUIAR, 2002, p.29)

De acordo com as ideias apresentadas por Moreira (2014), são inúmeras as diversidades motivacionais para as viagens, como apresentado no quadro 03.

Quadro 03 - Segmentos do turismo

Modalidade	Atividade
Turismo de aventura	Curiosidade de conhecer regiões desconhecidas. Busca por experiências que tragam emoção e adrenalina
Turismo de descanso / lazer	é uma das maiores manifestações do turismo, “é a base sobre a qual se considera o turismo como fenômeno social”. (DIAS e AGUIAR, 2002, p. 29)
Turismo de saúde	Melhorar as condições de saúde – ex. águas termais.
Turismo esportivo	Esporte como forma de descanso ou competições. As pessoas vão assistir ou participar de eventos.
Turismo religioso	Relacionado às romarias, peregrinações, visitas a lugares sagrados
Turismo de estudo	Especialização em cursos de aperfeiçoamento. (intercâmbios).

Turismo científico	Objetivos de caráter intelectual ou científico (museus, bibliotecas, reservas naturais, etc.)
Turismo artístico	Viagem para assistir apresentações, shows, apreciar obras de arte.
Turismo histórico-cultural	Visita a locais históricos, museus, monumentos, construções, cidades históricas.
Turismo de natureza	É um dos que mais crescem no mundo atual e engloba o ecoturismo, turismo rural, etc. Enfoque na área rural. Contato com as tradições do campo.

Fonte: Segmentação do Turismo. Ministério do Turismo.

No caso dessa pesquisa, o enfoque é para o turismo histórico-cultural ou somente cultural. De acordo com dados do Ministério do Turismo:

O Turismo Cultural implica em experiências positivas do visitante com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação. Vivenciar significa sentir, captar a essência, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar aquilo que é o objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita. (BRASIL, 2010, p.16).

É inegável a ideia de que a cidade de Ouro Preto se enquadra nesse enfoque, diante de toda sua história na formação de Minas Gerais e do Brasil como um todo, lembrando que de acordo com o Ministério do Turismo (2010) fazem parte desse segmento os diferentes bens materiais e imateriais que remetam à história, à memória e identidade de um local, tendo um significativo valor histórico, tornando-se, por esse motivo, atrações turísticas, tais como arquivos, edificações, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais como é o caso da música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. “Os eventos culturais, quando promovem aspectos singulares e são estruturados adequadamente, têm um papel importante na promoção e na consolidação da imagem de um destino cultural.” (BRASIL, 2010, p. 17)

Busca-se sobretudo, a valorização e manutenção da história como forma de identidade. “A paisagem cultural guarda os vestígios e testemunhos passíveis de leituras [...] temporais resultantes da interação do homem com a natureza [...] sintetizando aspectos das dimensões tangíveis e intangíveis do patrimônio cultural”. (BRASIL, 2010, p.17)

O turismo busca sobre tudo um meio de evidenciar o patrimônio e por este motivo se torna importante a inclusão desse tema na formação acadêmica de turismólogo.

3.3 O USO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL PELO TURISMO

Pode-se afirmar que o turismo em sua abrangência possui inúmeros patrimônios sejam eles materiais ou imateriais, sem que um seja menos importante do que o outro.

“O Patrimônio Cultural pode ser definido como um bem (ou bens) de natureza material e imaterial considerado importante para a identidade da sociedade brasileira.”
(BRASIL, 2009, s/p)

Expresso na Constituição Federal configuram-se como patrimônio:

As formas de expressão; os modos de criar; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; além de conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 1988, artigo 216).

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) é o órgão que promove e coordena todo trâmite de preservação e valorização do Patrimônio Cultural Brasileiro, tanto material quanto imaterial.

Tudo que está relacionado às tradições, saberes, ações, rituais, crenças, práticas, identidade da comunidade local são consideradas bens imateriais, tais como músicas, festas, práticas sociais, conhecimentos enraizados no cotidiano de uma comunidade, marcando sua coletividade.

Já por sua vez:

O patrimônio material é formado por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis – núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais – e móveis – coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos. Entre os bens materiais brasileiros estão os conjuntos arquitetônicos de cidades como Ouro Preto (MG) [...] (BRASIL, 2009, s/p).

Dentro dessa concepção de preservação, surge o termo tombamento, como o ato de reconhecimento do valor cultural de um bem, de modo a transformá-lo em patrimônio oficial.

Seu objetivo é preservar, por intermédio da aplicação de legislação específica, bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e também de valor afetivo para a população, impedindo que venham a ser destruídos ou descaracterizados. O nome tombamento advém da Torre do Tombo, o arquivo público português, onde eram guardados e conservados documentos importantes. O tombamento foi efetivado por meio de um ato administrativo, o Decreto Nº. 25, de 30 de novembro de 1937. (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009, p.09).

O processo de “tombamento” pode ocorrer a nível federal, estadual ou municipal, para bens móveis e imóveis, de interesse cultural ou ambiental. Muitos itens podem ser incluídos, tais como obras de arte, construções, livros, cidades, cujo objetivo maior é a preservação da memória coletiva. (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009).

A cidade de Ouro Preto é um caso de patrimônio cultural. Pode-se afirmar, de acordo com as ideias apresentadas por Sandoval, Arruda e Santos (2009) que, quando a capital de Minas Gerais foi transferida para Belo Horizonte, deixando a cidade de Ouro Preto praticamente abandonada, tal abandono, administrativo, político e também populacional, pois muitos se mudavam para a capital, favorece enquanto berço cultural, pois a cidade permaneceu praticamente inalterada, sem transformações estruturais

A valorização do barroco, por volta do ano de 1924, principalmente por meio da figura de Aleijadinho, despertou o interesse na valorização da cidade de Ouro Preto, de modo que:

Na década de 30 a preocupação com a preservação de Ouro Preto finalmente alcançou a esfera legislativa. Em 1931, o prefeito João Batista Ferreira Velloso proibiu construções que alterassem o *facies*² colonial da cidade. Em 1933, através do Decreto 22.298 a cidade é decretada Monumento Nacional, pelo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Posteriormente, em 1938, é inscrita no Livro de Tombo de Belas Artes. A iniciativa do Decreto 22.298 foi louvável, de grande importância para a propulsão de uma legislação voltada para a preservação do patrimônio e, mais especificamente, para a preservação da riqueza arquitetônica e cultural de Ouro Preto. (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009, p.09).

² Do inglês, o termo *facies* refere-se a face ou feição

Em 1980 Ouro Preto passa a ser Patrimônio Mundial da UNESCO, objetivando-se a proteção do acervo arquitetônico e urbanístico da cidade, sendo ela considerada “um patrimônio inigualável, em razão de seu acervo arquitetônico original [...] escolhida por apresentar uma obra-prima do gênio criativo humano”. (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009, p.14)

Ainda de acordo com as ideias apresentadas pelos mesmos autores, um importante fator para que a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) inclua um sítio na lista de patrimônio cultural, refere-se à capacidade de conservação do país do referido patrimônio, sendo responsável por prover um plano diretor, bem como uma infraestrutura adequada, sendo tais ações acompanhadas periodicamente pela UNESCO a cada sítio.

Diante do seu cenário colonial, o turismo em Ouro Preto é uma atividade econômica de destaque, que, seja pela sua arquitetura, seja pelas suas festividades atrai turistas de muitos locais [...] Ouro Preto atrai famílias, jovens e estudantes do mundo todo e realmente impressiona o visitante, que é imediatamente transportado para o século XVIII, época de apogeu do ouro na região. (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009, p.16).

Assim sendo, pode-se apontar o turismo como um nicho mercadológico muito atraente à economia local de modo especial e do próprio estado de Minas Gerais como um todo, atraindo turistas do mundo inteiro.

A oferta patrimonial atrelada ao turismo serve ainda como um importante componente da prática pedagógica, tanto de escolas como do ensino superior. A partir da visitação de sítios históricos e patrimoniais pode-se, numa abordagem multidisciplinar, desenvolver diferentes reflexões e aprendizados.

De forma notável, espaços dotados de oferta patrimonial são utilizados por cursos com formação em turismo e hospitalidade, já que em sua constituição curricular, via de regra, são ofertadas disciplinas com esta temática.

No caso específico da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), a relação das disciplinas com a temática patrimonial é apresentada no quadro 04:

Quadro 04 – Relação das disciplinas do curso de Bacharelado em Turismo da UEPG com a temática patrimonial.

Disciplina	Série Ofertada	Relações com a temática patrimonial
Turismo, Tempo e Espaço	1 ^a	Estudo dos aspectos, políticos, culturais e econômicos dentro do contexto temporal e espacial da realidade brasileira, correlacionados com aplicabilidade na atividade turística.
Patrimônio Turístico I	1 ^a	A interpretação do Patrimônio Cultural como base para o planejamento de atividades turísticas. Abrangência do termo Patrimônio Cultural. Elementos constitutivos do Patrimônio Cultural: bem cultural, bens naturais, preservação e conservação. Estudo de questões relativas à preservação da memória histórica e do ambiente natural, por meio de estudos do patrimônio histórico tangível e intangível e do patrimônio natural. Análise dos Patrimônios Culturais como atrativos e recursos turísticos, com ênfase ao Patrimônio Turístico Nacional e Estadual.
Antropologia Social do Turismo	1 ^a	Fundamentos e noções de antropologia atual do turismo que permitam compreender os diferentes universos culturais associados com a função social e humanística do turismo. Estudo sobre as relações sociais e sua importância para a atividade turística, turismo e inclusão social de pessoas portadoras de necessidades especiais.
Teoria Geral do Turismo	1 ^a	Aspectos conceituais, origem e evolução, as modalidades do turismo, tipologia do turismo, formas de turismo, as motivações turísticas, produto turístico, oferta, demanda turística, mercado turístico, organização do turismo. O espaço turístico. A análise do espaço para o uso de turismo. Impactos do turismo

		no espaço urbano, rural e natural. Análise da paisagem turística. Formação e promoção da paisagem turística. Paisagem natural e rural e urbana.
Planejamento e Organização do Turismo I	2ª	Princípios e dimensões, fases e classificações. O Planejamento como processo integrado e contínuo. Enfoques do Planejamento Turístico. Sistema Turístico. Espaço turístico: planejamento e gestão. Planejamento como fatos indispensável no desenvolvimento sustentável do Turismo, minimizando os impactos e favorecendo as comunidades locais.
Patrimônio Turístico II	2ª	Analisar as práticas e a legislação de proteção, bem como a utilização e importância do Patrimônio Cultural e Natural nas atividades turísticas, percebendo as relações e contradições entre culturas diferenciadas. Estudo dos Patrimônios Culturais e Naturais como atrativos e recursos turísticos, com ênfase ao Patrimônio Turístico Mundial.
Planejamento e Organização do Turismo II	3ª	Planejamento turístico como ferramenta básica para o desenvolvimento socioeconômico sustentável. Ações estratégicas no planejamento da atividade turística, visando a preservação e proteção do meio ambiente cultural e natural. Plano de desenvolvimento turístico estadual e suas inter-relações com os planos turísticos municipais. O Plano de desenvolvimento turístico municipal, considerando as especificidades, diferenças e características regionais. A construção de estratégias e elaboração de projetos.

Fonte: Projeto Político Pedagógico de Turismo. Organizado pela autora.

De acordo com a pesquisa, as disciplinas acima mencionadas relacionam-se com a oferta turística de Ouro Preto. E levam em consideração o fato de que as mesmas adentram ao assunto de aspectos políticos, culturais, econômicos, patrimônio cultural. Trabalham na análise prática e legislações de proteção, fundamentações e noções de antropologia, aspectos conceituais, evoluções e as modalidades do turismo, motivações turísticas e os produtos de oferta e demanda, bem como o mercado turístico e a organização do turismo.

Das disciplinas colocadas em pauta, é possível observar que elas têm como objetivo adentrar ao assunto de patrimônios, mesclando-os entre materiais, imateriais e naturais. Relacionam-se a cultura local como meio de aprendizagem, respeito da cidade em questão de imersão no turismo em Ouro Preto. As disciplinas levam em conta a formação do acadêmico quanto a análise presencial e vivenciada que um turista tem na cidade histórica.

Assim, cada acadêmico teve uma percepção diferente de cada atrativo, analisando pessoalmente e podendo logo após, colocar suas ideias a respeito da viagem e dos produtos que encontraram no decorrer da estadia na cidade de Ouro preto. Para quando formado saber orientar e perceber os sentimentos e curiosidades de cada turista.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa realizada e apresentada a seguir, teve como objetivo apontar quais as percepções do acadêmico de bacharelado em turismo, diante da situação de viagem, realizada no ano de 2017 onde os mesmos, além de responderem algumas questões pessoais, foram questionados a respeito da cidade de Ouro Preto, dos locais visitados e suas proximidades, sobre a assessoria e relação custo x benefício.

Dos respondentes, 10 deles ainda não obtiveram o grau de bacharel em turismo até o presente momento (2019). A partir disso, as respostas contêm dados pessoais de cada entrevistado, dentre elas, a respeito do período acadêmico dos mesmos. Em 2017 os alunos do Segundo e Terceiro ano do curso de Bacharelado em Turismo estiveram presentes na cidade de Ouro Preto, acompanhados dos professores responsáveis e organizadores da saída técnica.

A idade dos participantes variou de 20 até os 59 anos de idade, tendo como média, 24 anos na atual data da pesquisa. O que pode ter influenciado na percepção das respostas sobre os atrativos turísticos, a respeito da cidade de Ouro Preto e nas experiências vividas por cada um.

No ano de 2018, o site da PANROTAS³ disponibilizou conteúdo a respeito das influências das gerações, que fora destaque em evento de turismo realizado na cidade de Curitiba. Profissionais da área comentaram sobre o conceito das Viagens Multigeracionais, onde adentrando ao assunto, os *baby boomers* e os *millennials*⁴ foram analisados e a importância dessas gerações para o turismo foram postas a mesa. No grupo viajante ao destino Ouro Preto, acadêmicos destas duas gerações compartilharam de momentos e tiveram percepções diferentes a respeito do local.

Camila Anaute⁵, líder do núcleo de Turismo e serviços da Edelman, comentou que "Os baby boomers são os grandes protagonistas, com dinheiro e tempo, mas a Geração X é onde se encontra a maior fonte de renda. Os *millennials*, por sua vez, já são a maior quantidade de viajantes". São eles que movimentam o mercado turístico atualmente e, tratando-se da geração mais nova, acabam divulgando em

³ Disponível em <https://www.panrotas.com.br/mercado/agencias-de-viagens/2018/04/influencia-de-geracoes-e-destaque-em-estudo-da-panrotas-no-next_154834.html> Acesso em 20.out.2019

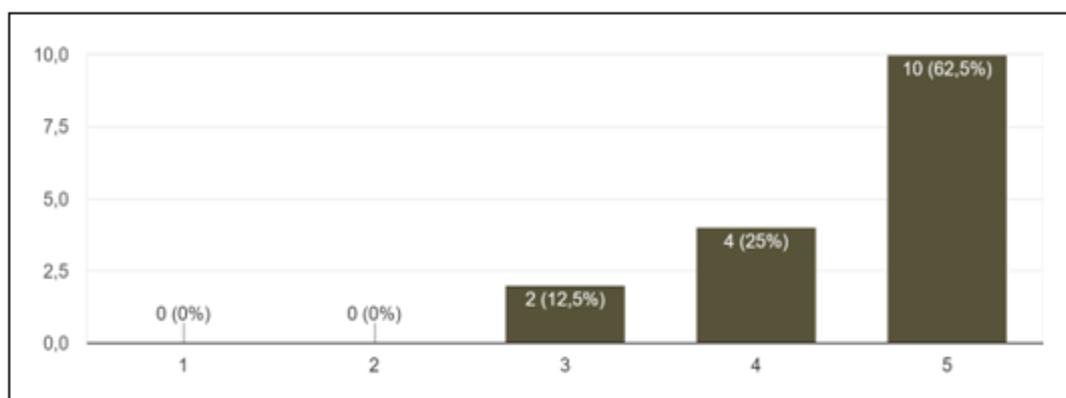
⁴ Disponível em <https://editalconcursosbrasil.com.br/blog/rh_o-que-significa-baby-boomers/> Acesso em 08.nov.2019

⁵ Idem

suas redes sociais com maior intensidade, o que influencia algumas pessoas nas escolhas dos seus destinos.

Na figura 01, pode se observar a concordância dos respondentes a partir da afirmação quanto ao interesse do turismo de caráter cultural, arqueológico e patrimonial, sendo que os números 3, 4 e 5 referem-se à variação do não concordo nem discordo; concordo parcialmente; e concordo totalmente.

Figura 01-Grau de interesse no turismo de caráter cultural arqueológico patrimonial.



Pesquisa direta (2019)

Este resultado referenciado ao interesse em atividades de caráter patrimonial faz de Ouro Preto um destino certo para os respondentes da pesquisa, dada a gama de opções desta modalidade de turismo, uma vez que, em 1823, após a Independência do Brasil, Vila Rica recebeu o título de Imperial Cidade de Ouro Preto, conferido por D. Pedro I do Brasil, tornando-se oficialmente capital da então província das Minas Gerais e passando a ser designada como Imperial Cidade de Ouro Preto.

Assim sendo, foi a capital da província e mais tarde do estado, até 1897, perdendo o papel por não apresentar alternativas viáveis ao desenvolvimento físico urbano (muito montanhosa), sendo a sede transferida para o antigo Curral Del'Rey, onde Belo Horizonte, uma nova cidade, planejada e espaçosa, estava em construção.

Faria (2006), ainda aponta que com isso a cidade de Ouro Preto desacelera o processo de desenvolvimento que transformou muitas das principais cidades brasileiras no século XX. Porém, se isso foi um aspecto negativo de um lado, de outro preservou várias de suas características dos tempos áureos: os casarões em estilo barroco, ruas e vielas estreitas, as majestosas igrejas ornamentadas com muito ouro

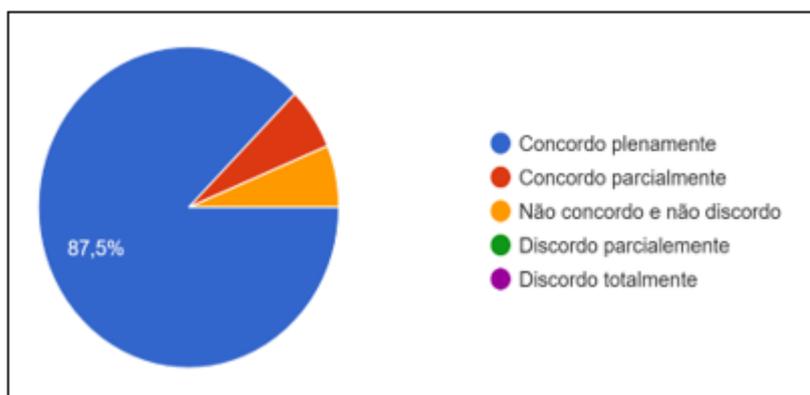
e as festas populares permitiram que Ouro Preto se tornasse um Patrimônio Cultural da Humanidade. Diante de tal afirmação e do conhecimento adquirido durante o período acadêmico, a percepção da importância deste meio é compreendida admiravelmente pelos envolvidos. Destacando que os mesmos, em sua maioria, concordam plenamente com a afirmação a respeito da cidade.

A cidade de Ouro Preto possui grande potencial para o turismo histórico cultural, visto que a maioria dos atrativos locais é voltado para este segmento. A percepção acadêmica para o fato é de grande importância para a relação criada entre o turista e o meio onde ele se insere. 93,8% dos entrevistados conseguem ter essa percepção, onde o turismo voltado para a história apresenta inúmeras características locais.

As visitas realizadas pelos acadêmicos da UEPG em 2017 serviram para ampliar a percepção do turismo histórico cultural, onde não apenas as igrejas são apresentadas neste contexto, mas fazem parte e acabam sendo os principais atrativos durante as visitas pelos turistas que se deslocam até Ouro Preto. Dos acadêmicos entrevistados a porcentagem que concorda com a afirmação é grande (93,8%), mas também é perceptível que parcialmente, (43,8%) sabe-se da importância histórica relacionada as igrejas, porém, não se tem como o foco principal de atrativos.

Os Museus, as Igrejas e também as Minas localizadas na cidade e região, possuem grande divulgação interna. Onde uma visita acaba levando ao conhecimento das demais localidades e possíveis visitas. Deste modo, segundo a pesquisa, pode-se afirmar que as informações sobre a cidade de Ouro Preto foram suficientes durante o período em questão, como observado na figura 02, a qual buscou compreender a relação teoria X prática entre conteúdo de sala de aula e atrativos observados durante a viagem.

Figura 02- A oferta turística de Ouro Preto é colaborativa à relação teoria x prática para cada acadêmico de turismo.



Pesquisa direta (2019)

Conforme observado, 87,5% concordam totalmente com a possibilidade de relação de conteúdos teóricos com a observação prática dos atrativos. Assim, ressalta-se que a cidade de Ouro Preto possui uma importante relação com os elementos de caráter patrimonial, sendo também de relevância significativa para a complementação de formação de bacharéis em turismo.

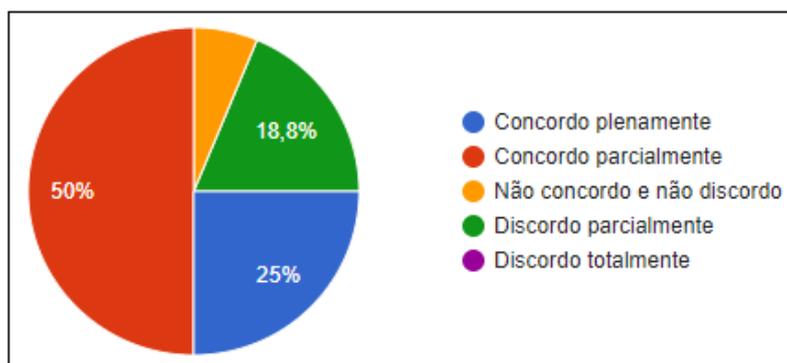
A antiga capital de Minas Gerais conservou grande parte de seus monumentos coloniais e em 1933 foi elevada a Patrimônio Nacional, sendo, cinco anos depois (1938), tombada como Monumento Nacional pela instituição que hoje é o IPHAN. Em 5 de setembro de 1980, na quarta sessão do Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO, realizada em Paris, Ouro Preto foi declarada Patrimônio Cultural da Humanidade.

Nenhum outro município brasileiro acumulou tantos fatos históricos relevantes à construção da memória nacional como este vasto município. Mas como explicar o desenvolvimento, a evolução urbana da sede de Ouro Preto em si? A única resposta a tal questionamento remete à “febre do ouro” que escolheu essa área demasiadamente montanhosa e acidentada para a formação de uma cidade. Historicamente, dentro das características geográficas do local, a ocupação humana deu-se ora de modo gradual, de acordo com o relevo, ora por meio da formação de caminhos-eixo que condicionariam a organização atual de Ouro Preto.

Em aspectos operacionais de roteiros à Ouro Preto e demais cidades visitadas com cunho educacional, buscou-se saber se o tempo de permanência dos acadêmicos na cidade foi interpretado como suficiente. É necessário mencionar que,

a cidade de Ouro Preto fora explorada pelos acadêmicos em apenas um dia durante o horário de funcionamento dos atrativos, os demais dias foram utilizados para visitação em cidades ao redor, e visita a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Deve levar-se em consideração o fato de que a permanência na cidade fora de aproximadamente 4 dias. Os atrativos não foram visitados todos os dias. Com exceção das noites livres, o tempo de permanência na cidade e conseqüentemente no centro histórico, apesar de ter sido considerado suficiente como representado pela Figura 03, não fora suficiente para conhecer todos os atrativos, mas sim, para o conhecimento de alguns deles, como será representado no decorrer do trabalho.

Figura 03: O tempo de permanência na Cidade de Ouro Preto foi suficiente.



Pesquisa direta (2019)

Existem vários locais para visitação dentro do centro histórico, o roteiro preparado pelo guia, não incluiu todos eles, porém, dentre os selecionados e apresentados no Quadro 05, foi possível analisar a satisfação dos acadêmicos em relação a viagem a Ouro Preto, que em sua grande maioria fora positiva.

Quadro 05 – Roteiro Completo de Viagem Minas Gerais – Acadêmicos.

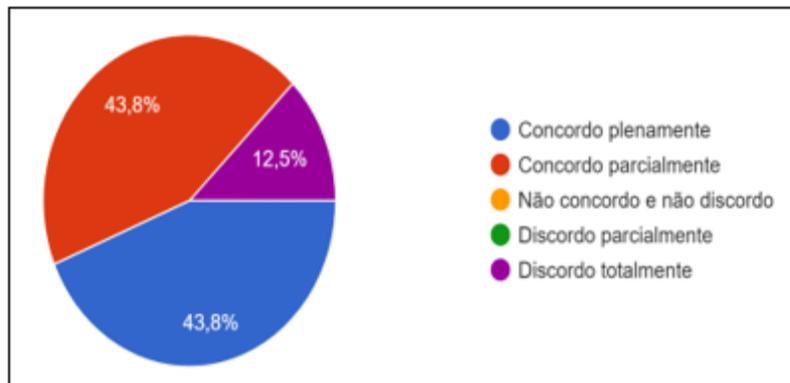
Data	Horário	Itinerário
16 de outubro. 2ª feira	04:00	Ônibus Ponta Grossa – Aeroporto Afonso Pena (Curitiba)
	08:20	Voo: Curitiba – Belo Horizonte (Minas Gerais) /
	08:20 – 09:20	Congonhas – Belo Horizonte
	11:40 - 12:45	Chegada em Confins – Belo Horizonte Almoço, local a definir – Todos juntos.

16 de outubro. 2ª feira	15:00 15:00 – 19:00 19:30	Check-in Hotel Visita a Belo Horizonte (Pampulha, Mercado Municipal, Praça da República, e Museus) Encerramento visitas – Noite Livre
17 de outubro. 3ª feira	07:00 09:00 16:00 18:30 19:30	Saída Belo Horizonte a Brumadinho Visita ao Parque (Inhotim) Almoço Restaurante Oiticica – todos juntos Saída para Ouro Preto Chegada hotel Ouro Preto Encerramento – Noite Livre
18 de outubro 4ª feira	08:00 08:30 09:30 11:00 12:30 - 14:00 14:00 18:30	Saída para Mariana Visita a cidade Visita Minas da Passagem Saída para Ouro Preto Almoço em Ouro Preto – Restaurante Imperial Visita Guiada em Ouro Preto Encerramento – Noite Livre
19 de outubro 5ª feira	07:00 09:30 10:30 12:00 12:30 16:30 19:30 20:00	Saída para Congonhas Visita Santuário de Matozinhos Saída para Tiradentes Chegada em Tiradentes Almoço Restaurante Tutu na Panela Saída de Tiradentes Chegada em Ouro Preto Encerramento – Noite Livre
20 de outubro 6ª feira	09:00 12:00 13:00	Visita UFOP (Universidade Federal de Ouro Preto) Almoço livre Tarde livre em Ouro Preto Noite Livre
21 de outubro Sábado	04:00 22:00	Saída de Ouro Preto Chegada em Ponta Grossa

Tendo em vista os atrativos, o compartilhamento de conteúdo e conhecimento adquirido durante a viagem fora publicado por meio de redes sociais pessoais com amigos, conhecidos e eventuais seguidores interessados no assunto. Onde a indicação da viagem tornou-se praticamente unânime, bem como o possível retorno a Ouro Preto.

Quanto às práticas turísticas, buscou-se inicialmente saber se os acadêmicos acreditam que os atrativos de Ouro Preto estejam em boas condições de conservação. A figura 04 apresenta os resultados a respeito da conservação dos atrativos.

Figura 04: Os atrativos poderiam ser melhores conservados.



Pesquisa direta (2019)

Pode-se observar que a maioria dos respondentes considera que a qualidade de conservação dos atrativos de Ouro Preto precisa ser melhorada. Grande parte dos atrativos tem a sua conservação garantida, porém não são mantidas de acordo com o que se é exigido pelas leis de conservação do patrimônio. Os imóveis tombados devem ser mantidos e protegidos de maneira que as características originais não sejam alteradas, como representado pela Figura 05:

Figura 05 – Basílica de Nossa Senhora do Pilar.



Fonte: Varenhold (2017)

A Basílica de Nossa Senhora do Pilar é considerada o templo mais antigo, com o início de sua obra, datada em meados de 1700. Onde sua estrutura era feita em madeira e taipa. A nova construção ocorreu por volta de 1728, e a conclusão da obra, em 1754. Desde então, as características da Basílica são mantidas, realizando reformas e reparos, de maneira que sua imagem não seja alterada.

A possibilidade de percepção da melhoria da conservação dos atrativos pode ter sido notada pelos acadêmicos devido às disciplinas ofertadas pelo curso na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Como visto no quadro 03. A temática patrimonial é abordada de maneiras diversas, apresentando aos acadêmicos os meios de preservação, estudos, interpretação e planejamento.

Dentre os atrativos visitados, foi observado a existência de várias capelas e igrejas, que são os marcos característicos de cada arraial, os quais nasciam nas margens dos rios, no fundo dos vales, como é o caso do Arraial de Nossa Senhora do Pilar e o Arraial de Nossa Senhora da Conceição de Antônio Dias.

Conforme tradição, as capelas de ambos os arraiais, localizadas perto dos rios repletos de ouro, alavancaram a evolução urbana local e com isso também se

fortaleceram. Em 1724 “[...] com o surgimento das primeiras freguesias coletivas das Minas Gerais, Pilar e Antônio Dias tiveram seus templos elevados à categoria de igrejas paroquiais.” (FARIA, 2006, s/p.)

A partir de então o que se viu foi uma espécie de competição, onde as antigas capelas passaram a assumir processos grandiosos de reconstrução. Várias irmandades buscavam implantar, com a arquitetura civil, uma nova arquitetura de caráter religioso. Nesse período se delineava de modo claro a:

conformação urbana da velha capital: a Casa de Câmara e Cadeia estava em construção e o Palácio dos Governadores já estava em uso. O Morro de Santa Quitéria teve seu cimo terraplanado. A Praça, atualmente chamada Tiradentes, se tornava o ponto central e o clímax físico evolutivo do período aurífero. (FARIA, 2006, s/p.)

Foi dentro desse espírito de competitividade, de desenvolvimento e de melhoria que a cidade evoluiu, deixando de ser apenas a cidade das capelinhas das montanhas e dos fundos de vale. Todo esse processo reinventou estilos, criou e adotou técnicas e “gentes”. Deixou de lado o barroco simples das capelinhas para adotar o luxuoso barroco das igrejas matrizes. O barroco simples e taciturno cede lugar à elegância dos curvilíneos rococós encontrados nas igrejas.

Das igrejas localizadas na cidade de Ouro Preto, seguem imagens de algumas das quais foram visitadas pelos acadêmicos durante a viagem, assim como a anterior, da Basílica de Nossa Senhora do pilar. A figura 06 a seguir, representa a Igreja de São Francisco de Assis. Localizada na região central da cidade, próxima ao Largo de Coimbra (Figura 07), onde peças de artesanato são comercializados, como os objetos feitos de pedra sabão, que são bastante conhecidos e também é possível encontrar acessórios feitos de pedraria.

Figura 06 – Igreja de São Francisco de Assis.



Fonte: Manente (2017)

Figura 07 – Largo de Coimbra



Fonte: Silva (2017)

A Igreja de São Francisco de Assis teve sua obra concluída em 1771. Atualmente, recebe os devotos durante a semana, com exceção de segunda-feira. As missas ocorrem aos domingos, às 19h. Para a visita é necessário pagamento de R\$10,00 ou R\$5,00 (meia entrada). Outra Igreja de relevância turística e arquitetônica em Ouro Preto é a de Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia, de onde é possível observar as montanhas (Figura 08) e parte do centro histórico de Ouro Preto.

A referida igreja (figura 09) iniciou suas atividades na Capela de São José, mas após dificuldades, teve o início da obra da atual Igreja no ano de 1772. Recebeu a imagem de Nossa Senhora das Mercês, que se encontrava na Capela de São José no ano seguinte ao início de sua construção. A conclusão da obra ocorreu por meados de 1830. A entrada na Igreja é franca, para a visita, é necessário entrar em contato por telefone e verificar o horário de funcionamento.

Figura 08 – Vista da Igreja Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia



Fonte: Manente (2017)

Figura 09 – Igreja Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia



Fonte: Silva (2017)

Além das Igrejas visitadas, existem ainda os museus, importantes para a história local, guardam recordações do passado de Ouro Preto. O Museu da Inconfidência localizado na Praça Tiradentes, em edifício onde ficava a Cadeia de Vila Rica, recebe turistas de terças a domingo. Lá, é possível encontrar o auditório, onde atualmente ocorrem projeções sobre a história e o espaço reservado para exposições.

No prédio, estão localizados o setor administrativo, o setor de promoção a cultura, o laboratório, encontram-se no local os ateliês de arte, entre outros e, o Acervo Colonial, que contam com documentos de processos judiciais dos séculos XVIII e XIX, e a biblioteca, com 19 mil volumes. De fachada imponente, se destaca ao fundo da praça, como representado na Figura 10.

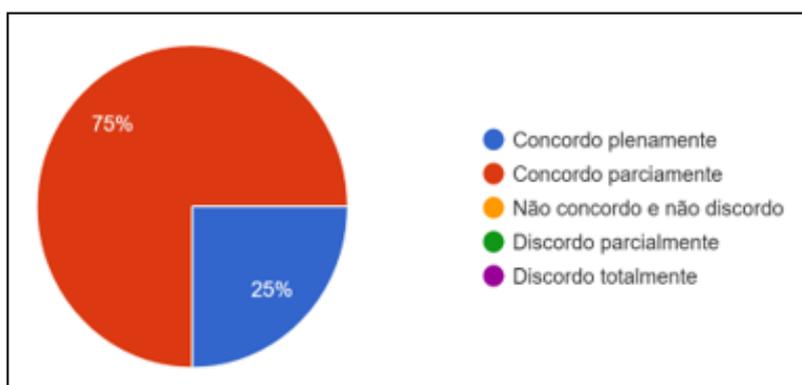
Figura 10- Museu da Inconfidência



Fonte: Hass. (2017)

Tais apresentações fizeram buscar saber se a qualidade visual dos atrativos existentes em Ouro Preto pode ser considerada boa, como mostra a figura11:

Figura 11- A qualidade visual dos atrativos é boa.



Pesquisa direta (2019)

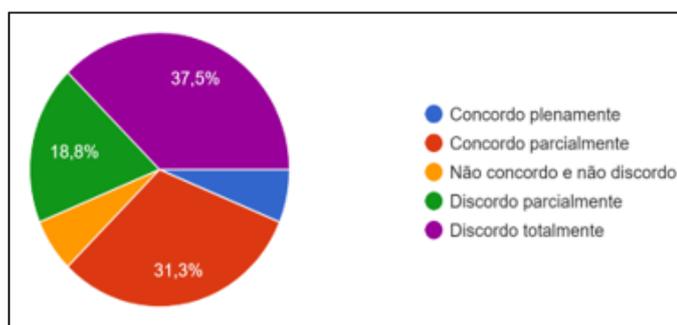
Segundo a Dra. em Oftalmologia Andréia Peltier Urbano⁶, entende-se por qualidade visual, “A percepção da imagem de um objeto pelo Sistema Visual Humano”, onde ocorre basicamente a interpretação da imagem pelo cérebro.

Já Santos (2004)⁷ observa que existe uma estreita relação entre o turismo e paisagem, seja ela natural ou cultural. A paisagem é um dos recursos potenciais para a atividade turística, tanto pela sua originalidade, quanto pela experiência que poderá proporcionar ao turista. Logo, a qualidade visual de um atrativo turístico pode ser compreendida pela capacidade de perceber o grau de conservação ou preservação de um elemento explorado turisticamente e, no caso da cidade de Ouro Preto, predominantemente representado pela conservação das fachadas e harmonia de estilos arquitetônicos.

Sendo assim, os acadêmicos concordaram parcialmente que a qualidade visual dos atrativos é boa. Parte dessa opinião pode ser consequência do meio de conservação dos mesmos, e também, devido a percepção a respeito da preservação do patrimônio histórico-cultural, onde existe a possibilidade de que os acadêmicos viram as edificações não conservadas da maneira adequada, influenciando na qualidade visual do local.

Ainda no intuito de mensurar a satisfação dos participantes da viagem a Ouro Preto, questionou-se sobre as possibilidades de interpretação patrimonial e a necessidade de contratação de um profissional para tal, como apresenta a figura 12.

Figura 12- A interpretação patrimonial é possível sem a contratação de um guia de turismo.



Pesquisa direta (2019)

⁶ Disponível em <https://www.draandreaia.com.br/?page_id=167> Acesso em 20.out.2019

⁷ Disponível em <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/disserta%C3%A7%C3%B5es-e-teses/65-disserta%C3%A7%C3%B5es/569-avaliacao-da-qualidade-da-paisagem-e-dos-atrativos-turisticos-do-parque-ecologico-spitzkopf---blumenau-\(sc\).html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/disserta%C3%A7%C3%B5es-e-teses/65-disserta%C3%A7%C3%B5es/569-avaliacao-da-qualidade-da-paisagem-e-dos-atrativos-turisticos-do-parque-ecologico-spitzkopf---blumenau-(sc).html)> Acesso em 20.out.2019

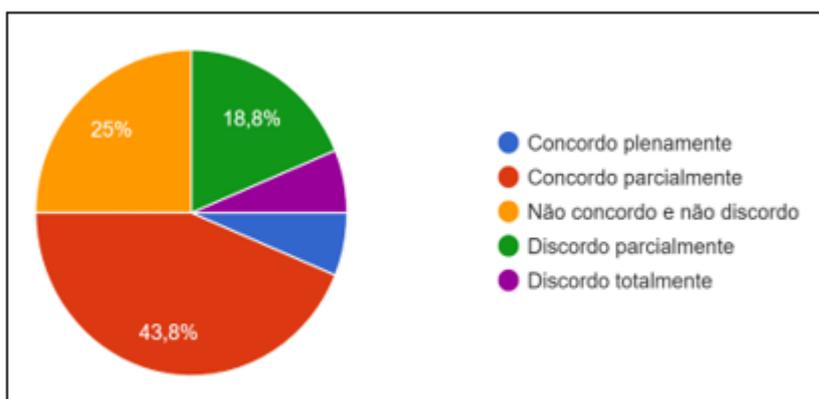
Segundo respostas do questionário realizado e apresentadas na figura acima, 31,3% dos acadêmicos concordam parcialmente com a afirmação de que a interpretação patrimonial é possível sem a contratação de um guia de turismo, enquanto 37,5% discorda totalmente.

Interpretando as afirmações, deve-se levar em consideração o fato de que os entrevistados são acadêmicos de Bacharelado em Turismo, e que suas condições de aprendizado lhes apresenta a importância de se ter uma pessoa responsável e que conheça sobre o tema para que lhes repasse as informações necessárias. A presença do guia é necessária e obrigatória durante as visitas em atrativos. Visto que a formação técnica de um guia de turismo tem uma área de abrangência geral, e é necessário o aprimoramento no decorrer da carreira, de acordo com segmento a ser trabalhado e posteriormente assim apresenta-los aos turistas.

Por outro lado, a formação acadêmica traz informações a respeito dos diversos segmentos do turismo, onde é cabível o interesse de determinados indivíduos pelo tema em questão. Neste caso, a interpretação patrimonial pode ocorrer sem haver a necessidade do acompanhamento do guia de turismo, uma vez que o acadêmico conheça ao menos a base do assunto, podendo assim tirar suas próprias conclusões.

Ainda assim, é necessário ressaltar que a contratação de um guia de turismo não torna-se apenas um luxo durante a viagem, é necessária para que se conheça mais a fundo os locais, visto que o profissional estudará e terá uma interpretação aprofundada do tema e dos locais a serem visitados. O guia de turismo torna-se peça chave para absorção do conhecimento e para uma melhor experiência turística, tanto quanto a sinalização turística, apresentada na questão 13 e discutida em sequência.

Figura 13 - A sinalização turística é suficiente.



Sabe-se que a sinalização turística além de fazer parte da indicação de trânsito, deve seguir os princípios fundamentais e garantir a eficiência e a segurança do sistema viário para os usuários e também sinalizar os atrativos turísticos. Tem a finalidade de sinalização e orientação e, direcionar e auxiliar a chegada dos destinos.

Existem itens na elaboração das sinalizações que devem ser seguidos, como as legalidades estabelecidas pelo Código de Trânsito Brasileiro, alguns deles são, as Resoluções do Conselho Nacional de Trânsito e o cumprimento da legislação de preservação dos sítios tombados pelo IPHAN; A padronização preestabelecida em relação às cores e formas da sinalização, as letras, tarjas entre outros; A visibilidade, legibilidade e segurança; A suficiência, oferecendo mensagens que são necessárias; A continuidade e a coerência; A atualidade e valorização e; A manutenção e conservação. Exemplo de uma sinalização personalizada a seguir (Figura 14), onde localizada próximo ao atrativo, traz informações sobre ele.

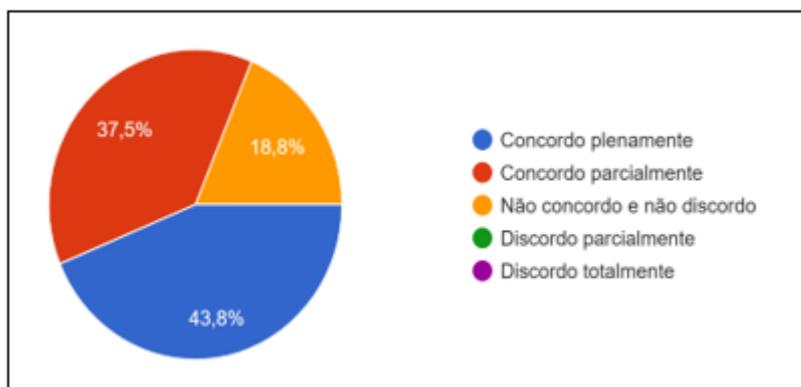
Figura 14- Placa de sinalização – Largo de Coimbra – Ouro Preto



Fonte: Kossar. (2017)

Possivelmente, devido a boa sinalização dos atrativos e a sensibilização dos moradores em relação a hospitalidade dos turistas em Ouro Preto, os acadêmicos chegaram a seguinte resposta para a questão a respeito das informações turísticas, como demonstrado na figura 15:

Figura 15- Não tive nenhum problema ao pedir informações turísticas quando em visita a Ouro Preto



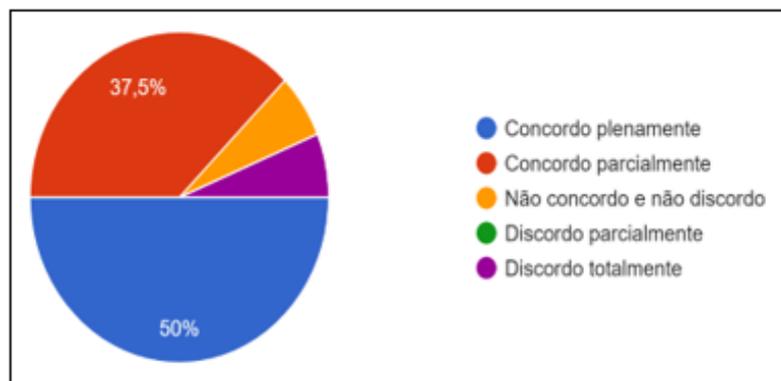
Pesquisa direta (2019)

Segundo o gráfico apresentado anteriormente, os acadêmicos, em sua maioria, não encontraram problemas ao pedir informações turísticas quando em visita a Ouro Preto. Tal fato pode ter ocorrido devido o acompanhamento de um guia de turismo, pelo conhecimento dos professores que os acompanharam durante todo o período da viagem, e pelo fato de os moradores estarem disponíveis para repassarem informações sobre a cidade. O que colabora para a possibilidade de retorno a cidade, uma vez que, se os turistas são bem recebidos e se sentem acolhidos no local, é provável que voltem outras vezes.

Outro fator que pode auxiliar no retorno ao destino, é a existência de diversos restaurantes e lojas de souvenirs. Ao passar pelas ruas da cidade é fácil de se encontrar uma loja que venda algo que arremete a lembrança do local. Existem diversos comércios voltados aos turistas, onde encontram-se comerciantes receptivos e que atendem bem aos clientes.

Os respondentes do questionário concordam em parte com a afirmação de que existe um número suficiente de locais para alimentação e também para a compra de souvenirs, como exemplificado na figura 16:

Figura 16- Os serviços de alimentação e compra de souvenirs são suficientes



Pesquisa direta (2019)

É importante lembrar que estes equipamentos são essenciais para o desenvolvimento do turismo. Os turistas necessitam não apenas de lembranças para presentear seus familiares e amigos, mas também tem a necessidade de alimentar-se e suprirem suas necessidades.

Da mesma maneira que os turistas têm interesse em compras e objetos que possam servir posteriormente de lembrança da visita, as experiências vividas dificilmente são esquecidas. Para isso, é preciso levar em consideração o fato de ir e vir de locais distintos, mas que agregam conhecimento e enriquecem o ser.

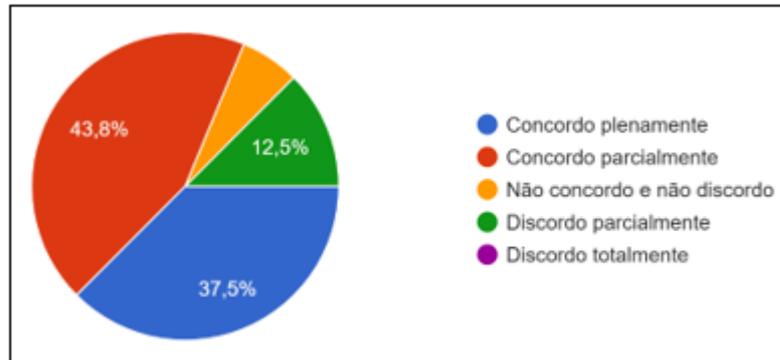
Não apenas na cidade de Ouro Preto é possível encontrar o que remeta ao passado, no estado de Minas Gerais, acompanhado de São Paulo e Rio de Janeiro, existe a maior rota turística do país conhecida como a Estrada Real. Este local valoriza e resgata a identidade e as tradições e também as belezas da região.

Ouro Preto faz parte do Caminho Velho ou Estrada Real, a qual tem destino a cidade de Paraty, no litoral fluminense, percurso este que tem aproximadamente 700km, e que levava aproximadamente dois meses de duração, onde os tropeiros seguiam com seus cavalos, das cidades produtoras de ouro até o litoral. Este caminho passava por cidades próximas a Ouro Preto, como Tiradentes, São João Del-Rei e Caxambu.

As cidades de Tiradentes e Mariana também estão localizadas próximas a Ouro Preto. De fácil acesso, com estradas bem sinalizadas e diversos atrativos para visitação, são locais que o turista tem a possibilidade de conhecer indo para o interior do estado mineiro. Devido a facilidade de transporte durante a viagem, e a distância percorrida, que variava de 14km até 150km de Ouro Preto até a cidade desejada, pelo

fato de que o tempo de viagem de aproximadamente 3 horas no destino mais afastado, fez a resposta para a figura 17, onde os respondentes concordam parcialmente e plenamente com a afirmação.

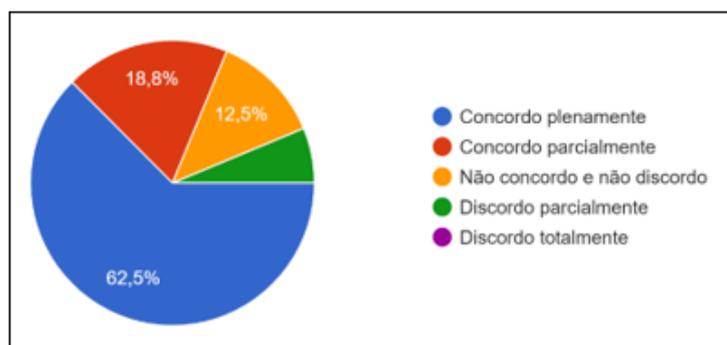
Figura 17 - Os atrativos localizados em municípios próximos possuem boa localização



Pesquisa direta (2019)

Tratando dos atrativos e seus valores locais, como o Museu a céu aberto em Inhotim, possuem ingresso com valor um pouco elevado, comparando-se com os atrativos encontrados nas demais localizações. Onde se é cobrado um valor simbólico, para que os monumentos e imóveis sejam mantidos e conservados. Por terem em sua maioria um valor relativamente baixo, serem bem localizados e agregarem conhecimento ao turista, acredite-se que os acadêmicos tiveram a percepção representada na figura 18 a respeito de valores.

Figura 18 - Os valores de ingressos são justos



Pesquisa direta (2019)

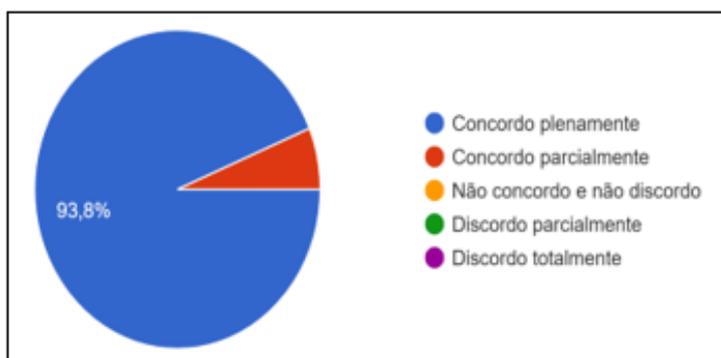
Por não possuírem uma taxa abusiva, a qual é voltada para a manutenção dos atrativos, os mesmos possuem grande busca e alta visitação durante o ano. O que faz

com que o turista ainda assim, busque por atrativos onde se é necessário o pagamento para conhecê-lo. Valores elevados acabam afastando os turistas, ou, definindo o público.

Levando em consideração os valores dos atrativos e os valores gastos durante a viagem, justifica-se a quase unanimidade na resposta da questão a seguir, representada pela figura 19. Os respondentes acreditam que a relação custo x benefício (valor pago x experiência de viagem) foi satisfatória.

É necessário ressaltar o fato de que algumas cobranças, como hospedagem e passagens aéreas e alimentação, foram de responsabilidade dos acadêmicos, e outras, como por exemplo os ingressos para atrativos, possuíam taxas para estudantes, por tratar-se de um grupo. Até mesmo a gratuidade no transporte terrestre, que fora cedido pela UEPG, mediante documentação e autorização dos responsáveis pela instituição e pelo setor de transportes.

Figura 19 - A relação custo x benefício (valor pago x experiência de viagem) foi satisfatória.



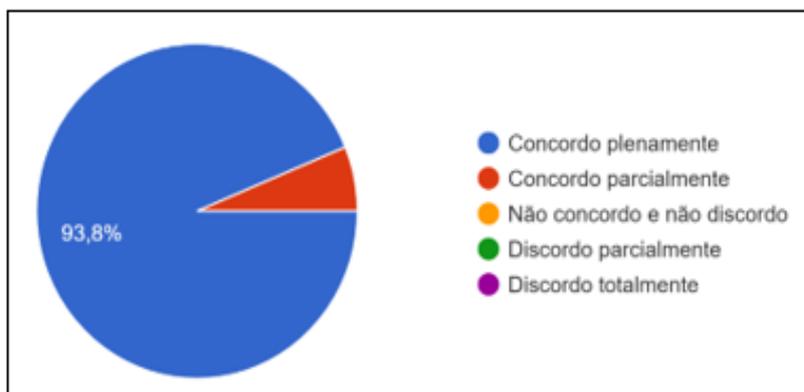
Pesquisa direta (2019)

É necessário levar em consideração que os gastos relativos às viagens, tornam-se investimentos relacionados ao ganho de conhecimento, experiências e oportunidades de se viver um momento diferente do que se passa no cotidiano.

Uma oportunidade diferente de se aprender é com o acompanhamento de professores e responsáveis pela aprendizagem durante o percurso e o período de experiência. Agregar o conhecimento de quem repassa as informações dentro da sala de aula, mas em um ambiente diferente, onde a prática se torna essencial, torna a viagem especial. De modo que, durante a viagem a Ouro Preto, foi possível compartilhar momentos com professores formados em história e com amplo

conhecimento a respeito de patrimônios e cultura, analisa-se a figura 20, onde 93,8% dos acadêmicos acreditam um acompanhamento e assessoria satisfatória dos professores que os acompanharam.

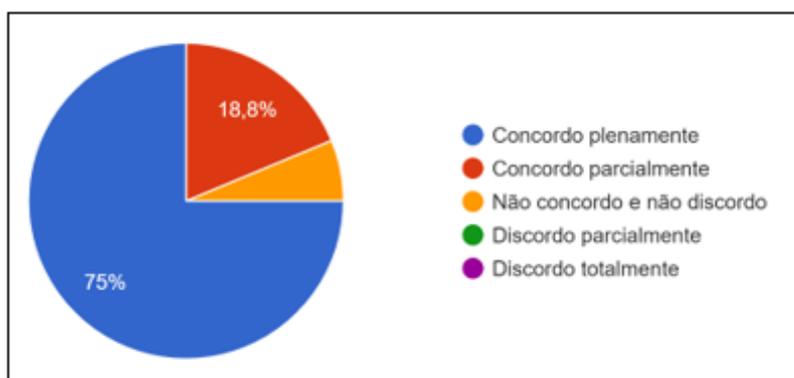
Figura 20- A assessoria e acompanhamento dos professores foi satisfatória



Pesquisa direta (2019)

Seguindo com a abordagem quanto aos professores, questionou-se a contextualização dos assuntos das disciplinas com as experiências vividas durante a viagem. 75% dos acadêmicos concordaram plenamente com a afirmação, conforme a figura 21 apresenta. Assim sendo, os professores conseguiram repassar em sala de aula os pontos relacionados com a abordagem turística em questão, adicionando assim, durante o período letivo, o que fora aprendido durante a viagem a Ouro Preto.

Figura 21 - Os professores conseguiram após a viagem contextualizar assuntos da disciplina com as experiências vividas durante a mesma



Pesquisa direta (2019)

Com as afirmações obtidas nas figuras 20 e 21, é possível afirmar que a presença dos professores durante a viagem, de certa forma, auxiliou os acadêmicos em questões a respeito de atrativos e quanto ao patrimônio cultural e histórico. A viagem não apenas foi uma experiência de convivência com colegas de turma e profissionais, onde muitas vezes, ocorre apenas a relação professor x sala de aula.

A possibilidade de interação do grupo torna a experiência mais proveitosa. O acadêmico torna-se parte do meio, conquistando maior respeito, consideração e podendo compartilhar momentos com pessoas as quais se sentirão mais receptivas aos conteúdos repassados e terão maiores oportunidades de socialização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto as considerações finais, vale ressaltar que a viagem abordada, de cunho acadêmico, teve o objetivo de inserir os alunos no meio relativo ao turismo histórico-cultural, a partir deste, houve a elaboração de questionário, para que a opinião dos respondentes fosse analisada, após a conhecimento dos patrimônios edificados, materiais e culturais localizados na cidade histórica de Ouro Preto.

A partir da análise, constatou-se que a oportunidade de aprendizado fora do ambiente acadêmico é importante, visto que, uma vez o indivíduo inserido em um possível campo de pesquisa, atenta-se para as questões técnicas voltadas ao meio. Não aproveitando a viagem apenas como turista, mas com olhar voltado também para os teores técnicos, observando a conservação dos patrimônios, a sua localização, os serviços, realizados por pessoas que vivenciam o meio turístico diariamente, os custos e demais considerações, neste caso, designadas ao patrimônio histórico cultural.

Acredita-se que a colaboração do presente trabalho, auxiliará na análise representativa de dados relevantes ao turismo patrimonial, histórico e cultural e a interpretação dos acadêmicos mencionados anteriormente. Levando em consideração o estudo a respeito de uma cidade de importância para o Estado de Minas Gerais e que se relaciona diretamente com o período nacional onde a extração de minérios era responsável pela geração de renda da região. E também o transporte das pedras para localidades próximas ou outros estados. Neste contexto, a cidade de Ouro Preto não servia apenas como fonte de tal preciosidade, mas como principal ponto de partida para a distribuição do produto.

A Estrada Real que por ali passa, conta através dos atrativos e da história, de que maneira a cidade de Ouro Preto foi importante para a extração de ouro na região, pois ligava os caminhos por onde os tropeiros circulavam e que os levava aos estados vizinhos com os produtos retirados da localidade. Esta ligação ocorria de maneira em que a cidade de Ouro Preto se conectava a Paraty, Rio de Janeiro e Diamantina, e por vezes ao interior do Estado de São Paulo.

A referida pesquisa proporcionou a busca pelo conhecimento histórico que envolve a cidade de Ouro Preto. Agregou aos participantes conhecimentos históricos

e culturais presentes na região. Apontando a abordagem a respeito das religiões, que se faziam presentes no Brasil da época, as quais eram representadas pelas igrejas ainda presentes na cidade e representadas parcialmente no decorrer do trabalho, onde a segregação das etnias e sociais, poderiam ser as responsáveis pela diversificação delas na cidade; construções relacionadas ao período onde o ouro era pedra preciosa facilmente encontrada no país, abordando os caminhos relacionados a ele, ao Estado de Minas Gerais e as ligações que ocorriam na época e; abrir campo para novas pesquisas a partir da opinião dos professores a respeito das viagens acadêmicas, onde busca saber se as mesmas tem importância para o desenvolvimento acadêmico, para a formação de profissionais e ao auxílio a entrada no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

DIAS, C.M.M. **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR, Estratégias para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil. Material interno. Brasília: nov. 1999.

GRANEMANN, G.L.M. In: RUSCHMANN, D.V.D.M.; SOLHA, K.T. (Orgs.). **Planejamento turístico**. São Paulo: Manole, 2006,

INEP/MEC. **Referências para uma política nacional de educação no campo**. Brasília: MEC, 2003.

JENKINS, C.L., LICKORISH, L.J. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Moderna, 2000.

LAGE, B.H.G. **Turismo, Hotelaria e Lazer**. São Paulo: Atlas, 2004.

LEONARDI, M.R. **Vinhos: arte e ciência da degustação**. Florianópolis: Edição do autor, 2018.

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

MOREIRA, J.C. Turismo em áreas naturais e o geoturismo. In: **Geoturismo e interpretação ambiental** [online]. 1st ed. rev. and enl. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2014, pp. 19-36. ISBN 978-85-7798-213- 4. Available from SciELO Books

NETTO, A.P.; TRIGO, L.G.G. **Reflexões sobre um novo turismo: política, ciência e sociedade**. São Paulo: Aleph, 2003.

OLIVEIRA, A. O. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, E.; MANSO, J.R. Pires. **Turismo sustentável: utopia ou realidade?** Tékhnē n.14 Barcelos, 2010

REIS, D. R. **Gestão da inovação tecnológica.** Barueri, SP: Manole, 2004.

RUSCHMANN, D.V.D.M.; SOLHA, K.T. (Orgs.) **Turismo: uma visão empresarial.** Barueri, São Paulo: Manole, 2004.

Planejamento turístico. Barueri, São Paulo: Manole, 2006.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. Revista Brasileira de História, vol.22 nº.44. São Paulo, 2002.

SANDOVAL, C.G.; ARRUDA, J.S.; SANTOS, N. C. **Ouro Preto: Impactos da atividade turística em uma cidade tombada.** Revista Itinerarium. Rio de Janeiro, UNIRIO v.2, 2009

SANTOS FILHO, J. **Ontologia do Turismo: estudo de suas causas primeiras.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2005.

VEZZANI, M.A. Turismo rural e responsabilidade ambiental e ecológica no espaço rural brasileiro. **Caderno de turismo.** Vol. 8. São Paulo, 2008.

XAVIER, R.F. **As Influências do Desenvolvimento do Turismo.** Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008. Dissertação de mestrado.

Otero, D. site Canaltur. http://canaltur.com.br/hotel_tipologia.htm

CUNHA, R.G.T.; SALM, R.; DI GIORGI, D.P. **O meio ambiente em 2007: retrospectiva.** Disponível em: <<http://www.partes.com.br/turismo/anamarinagodoy/empresas.asp>>. Acesso em 25 mar. 2019.

FARIA, Caroline. **Ouro Preto.** Disponível em: <https://www.infoescola.com/minas-gerais/ouro-preto> Acesso em 25 mar. 2019

BOHRER, Altair. Site da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. Disponível em: <<http://www.ouropreto.com.br/dados-gerais>> Acesso em 25 mar. 2019

BRASIL. Ministério da Cultura. **Conheça as diferenças entre patrimônios materiais e imateriais.** Ministério da Cultura, 2009.

<http://www.brasil.gov.br/noticias/cultura/2009/10/conheca-as-diferencas-entre-patrimonios-materiais-e-imateriais>. Acesso em 28 de mai. de 2019

Listagem aleatória de atrações turísticas. Disponível em: <https://ouopreto.org.br/arquitetura-religiosa-igrejas/minas-gerais>. Acesso em 28 de mai. de 2019.

Receita do turismo cresce 5,94% no Brasil no primeiro semestre. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-ew/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Receitadoturismocresce594noBrasilnoprimeirosemestre.html> Acesso em 28 de mai. de 2019.

FREITAS, E. de. “Primeira Revolução Industrial”; **Brasil Escola**. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/primeira-revolucao-industrial.htm>.> Acesso em 28 de mai. de 2019.

GONÇALVES, I. **Turismo e Meio Ambiente**: Impactos ambientais e sustentabilidade. 2009. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/turismo-e-meio-ambiente-impactos-ambientais-e-sustentabilidade/20115>> Acesso em 30 mai. 2019

Turismo Religioso em Ouro Preto: Curiosidades deste precioso destino brasileiro. Disponível em: <<https://rumodafe.com.br/turismo-religioso-em-ouro-preto/>> Acesso em 24 de jul. de 2019.

Conheça Ouro Preto e suas belas igrejas. Disponível em: <https://www.turismoouopreto.com/igrejas> . Acesso em 24 de jul. de 2019.

As igrejas, capelas e passos de Ouro Preto. Disponível em: <<http://www.mineirosnaestrada.com.br/igrejas-ouro-preto/>> Acesso em 24 de jul. de 2019.

Os 25 países mais visitados do mundo. Disponível em: <<https://awebic.com/listas/paises-mais-visitados-mundo/>> Acesso em 15 de ago. de 2019.

UNWTO TourismHighlights 2018 Edition. Disponível em: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>> Acesso em 15 de ago. de 2019.

SOUSA, Rainer Gonçalves. “Patrimônio Histórico Cultural”; **Brasil Escola**. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/patrimonio-historico-cultural.htm>.> Acesso em 18 de ago. de 2019.

Os 14 Patrimônios Culturais da Humanidade que ficam no Brasil. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/patrimonios-culturais-da-humanidade-unesco-brasil/>> Acesso em 18 de ago. de 2019.

Livreto Turismo Cultural. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em 28 de ago. de 2019.

Catálogo de Cursos, Bacharelado em Turismo Universidade Estadual de Ponta Grossa. Disponível em: <https://www.uepg.br/catalogo/cursos/2013/turismo.pdf> . Acesso em 24 de set. de 2019

Diário do Nordeste. **OMT divulga lista dos países mais visitados do mundo em 2017.** Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/verso/online/omt-divulga-lista-dos-paises-mais-visitados-do-mundo-em-2017-1.1991553>>. Acesso em 25 de set. de 2019.

Influência de gerações é destaque em estudo da PANROTAS no Next. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/agencias-de-viagens/2018/04/influencia-de-geracoes-e-destaque-em-estudo-da-panrotas-no-next_154834.html> Acesso em 10 de out. de 2019.

Basílica de Nossa Senhora do Pilar. Disponível em: <<https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/atrativo/613>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Igreja de Nossa Senhora das Mercês e Misericórdia. Disponível em: <<https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/atrativo/586>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Museu Casa dos Contos. Disponível em: <<https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/atrativo/571>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Museu da Inconfidência. Disponível em: <<https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/atrativo/572>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Minas do Palácio Velho. Disponível em: <<https://minasdopalaciovelho.com/>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Qualidade Visual por Dra. Andréia Peltier Urbano. Disponível em: <https://www.draandreia.com.br/?page_id=167> Acesso em 18 de out. de 2019.

Guia Brasileiro de Sinalização Turística. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/41-guia-brasileiro-de-sinalizacao-turistica.html>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Turismo - Ouro Preto. Disponível em <<https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/>> Acesso em 18 de out. de 2019.

Princípios da Sinalização de Orientação Turística. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html> Acesso em 18 de out. de 2019.

Instituto Estrada Real - Caminho Velho. (Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro). Disponível em: <<http://www.institutoestrada-real.com.br/caminhos/velho/>> Acesso em 19 de out. de 2019.

O que significa Baby Boomer? Disponível em: <https://editalconcursosbrasil.com.br/blog/rh_o-que-significa-baby-boomers/> Acesso em 08.nov.2019

Apêndice A

Questionário aplicado junto aos acadêmicos do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa participantes da viagem a Ouro Preto (MG).

Questionário aplicado juntos aos acadêmicos do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa participante da viagem a Ouro Preto (MG).

- 1- Já possuí graduação em Bacharelado em Turismo?
- 2- Se sim para a questão anterior, era participante de qual turma? (Exemplo: 2014-2017)
- 3- Qual é sua orientação sexual?
- 4- Qual sua idade?
- 5- Qual é o seu grau de interesse no turismo de caráter cultural arqueológico patrimonial?
- 6- Quanto a cidade de Ouro Preto:
 - 6.1- A cidade de Ouro Preto possui grande potencial para o turismo histórico cultural.
 - 6.2- Existem diversos atrativos histórico culturais na cidade de Ouro Preto.
 - 6.3- O foco principal de abordagem turística na cidade de Ouro Preto são as igrejas.
 - 6.4- As informações sobre a cidade são suficientes.
 - 6.5- A cidade faz jus ao título de patrimônio da humanidade.
 - 6.6- A oferta turística de Ouro Preto é colaborativa à relação teoria x prática para cada acadêmico de turismo.
 - 6.7- O tempo de permanência na cidade de Ouro Preto foi suficiente.
 - 6.8- Durante a viagem eu compartilhei fotos e informações nas redes sociais.
 - 6.9- Eu me senti plenamente satisfeito com a viagem a Ouro Preto.
 - 6.10- Eu indicaria Ouro Preto como destino para conhecidos.
 - 6.11- Eu voltaria para Ouro Preto.
- 7- Quanto as atividades turísticas:
 - 7.1- Os atrativos poderiam ser melhores conservados.
 - 7.2- A qualidade visual dos atrativos é boa.
 - 7.3- A interpretação patrimonial é possível sem a contratação de um guia de turismo.
 - 7.4- A sinalização turística é suficiente.
 - 7.5- Não tive nenhum problema ao pedir informações turísticas quando em visita a Ouro Preto.
 - 7.6- Os serviços de alimentação e compra de souvenirs é suficiente.
 - 7.7- Os atrativos localizados em municípios próximos possuem boa localização.
 - 7.8- Os valores de ingressos são justos.
 - 7.9- A relação custo x benefício (valor pago x experiência de viagem) foi satisfatório.
 - 7.10- A assessoria e acompanhamento dos professores foi satisfatória.
 - 7.11- Os professores conseguiram após a viagem contextualizar assuntos da disciplina com as experiências vividas durante a mesma.
- 8- Deixe aqui seu e-mail, caso queira receber o resultado da pesquisa