

O TURISMO CULTURAL NA REGIÃO COSTA VERDE & MAR:

A experiência do planejamento, desenvolvimento e implantação do roteiro cultural

Andrea Rosane dos Santos¹
Luciana Vargas²
Vivian Mengarda Floriani³
Zenelise Drodowski⁴

RESUMO

A construção de um roteiro integrado entre municípios de uma mesma região turística requer a unificação de esforços e o Roteiro Cultural da Costa Verde & Mar só foi possível graças a integração e a aplicação de estratégias fundamentais como a promoção do turismo e da cultura, a cooperação com o setor privado, a apropriação dos recursos culturais e a preservação patrimônio intangível. Esse artigo tem por objetivo central discorrer sobre o planejamento, desenvolvimento e implantação do roteiro cultural da Região Turística Costa Verde & Mar, Santa Catarina – Brasil. O estudo aborda ainda os resultados da pesquisa de demanda turística com ênfase na avaliação dos atrativos culturais da região entre os anos de 2017 e 2022. Genericamente, pode-se afirmar que os resultados das pesquisas de demanda nos anos de 2017 a 2022 mostram que os atrativos culturais da região são bem avaliados pelos turistas. Acredita-se que o roteiro cultural cumpre com o seu papel de promover a cultura e o turismo de maneira integrada e regionalizada, como uma forma de preservar e promover a identidade cultural, gerar emprego e renda e minimizar a sazonalidade.

Palavras-chave: turismo; roteiro cultural, regionalização.

INTRODUÇÃO

Embora o termo turismo tenha surgido no século XIX, muitas formas de se fazer turismo já existiam desde a antiguidade, sendo um privilégio de uma determinada classe social que dispunha de tempo e de dinheiro para fazê-lo. Com o passar do tempo e o desenvolvimento econômico, dos meios de transporte e até mesmo da estabilidade política e social grande parte das pessoas realizam viagens turísticas uma ou mais vezes por ano, passando a fazer parte do estilo de vida de um número crescente de pessoas no mundo (MENDES, 2021).

Com essa mudança de comportamento, planejar e desenvolver produtos e roteiros turísticos que sejam atrativos e sustentáveis passou a ser fundamental e indispensável para que ocorra um desenvolvimento turístico harmônico entre recursos

¹ Graduação em Turismo e Hotelaria (Univali), Especialização em Recursos Humanos (Furb), Mestranda em Turismo e Hotelaria (Univali). E-mail: andrea.rosane.santos@gmail.com.

² Graduação em Turismo e Hotelaria (Univali), Especialização em Gestão de Negócios Internacionais e Comércio Exterior, Mestranda em Turismo e Hotelaria (Univali). E-mail: lucyanavargas@gmail.com.

³ Graduação em Turismo e Hotelaria, Especialização em Turismo, Planejamento, Gestão e Marketing (Univali), Mestre em Ciência da Informação (UFSC). E-mail: vivianfloriani452@gmail.com.

⁴ Graduação em Turismo e Lazer (Furb), MBA em Gestão de Pessoas e Coaching (Uniasselvi), Mestranda em Turismo e Hotelaria (Univali). E-mail: zene.drodowski@gmail.com.

físicos, culturais e sociais. Beni (2006) defende que o turismo sustentável deve pressupor a viabilidade econômica e social, privilegiando simultaneamente a cultura local e o ambiente. Conforme cita Brito (2010 p.3), “a cultura tornou-se uma das motivações fundamentais da viagem, dos deslocamentos e das visitas turísticas. A(s) atividade(s) turística(s) é(são) por si só, uma forma de aprendizagem cultural, de relação multicultural, de educação intercultural”.

Já para os autores Martins e Baptista (2010), o turismo cultural permite a troca de valores, novas experiências com o modo de vida do outro, dentre muitos outros fatores. O uso da cultura no turismo pode ser desenvolvido em várias dimensões, podendo a cultura ser considerada como um diferencial para potencializar a competitividade de produtos e roteiros turísticos, além de reafirmar os valores e a identidade de um povo, segundo Silva e Novo (2010), tendo em vista que a relação entre Turismo e Cultura proporciona um incremento no produto turístico e proporciona uma criação de conteúdo, sua apresentação e interpretação, numa perspectiva de consumo de experiências. Aspectos como gastronomia, artesanato, formas de produção, folclore, patrimônio linguístico entre outros, são importantes recursos culturais para os destinos, o qual sem uma gestão sustentável, podem facilmente tornar-se indistintos ou distorcidos.

A construção de um roteiro integrado entre municípios de uma mesma região, com a unificação de esforços, torna possível a aplicação de estratégias de grande importância como a promoção do turismo, cooperação com o setor privado, a apropriação dos recursos culturais e a preservação do frágil patrimônio intangível.

Diante desse contexto, esse artigo tem por objetivo central discorrer sobre o planejamento, desenvolvimento e implantação do roteiro cultural da Região Turística Costa Verde & Mar. O estudo aborda ainda os resultados da pesquisa de demanda turística com ênfase na avaliação dos atrativos culturais da região entre os anos de 2017 e 2022. O foco da pesquisa é apresentar a importância do desenvolvimento de roteiros segmentados, integrados e regionalizados, como uma forma de preservar e promover a identidade cultural, gerar emprego e renda e minimizar a sazonalidade.

A região turística Costa Verde & Mar está situada na porção centro-norte do Estado de Santa Catarina – Brasil, sendo reconhecida pelo Ministério do Turismo pela governança e execução de políticas públicas no seu território de atuação, bem como

no Mapa do Turismo Brasileiro. O método de investigação científica deste artigo é o qualitativo, exploratório focado no roteiro cultural da Costa Verde & Mar com uma análise quantitativa de dados secundários. O relato está organizado da seguinte forma: breve referencial teórico sobre turismo, cultura, roteiro cultural, seguido pelos resultados da pesquisa de demanda sobre esse enfoque e as considerações finais e suas implicações práticas.

REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo é uma respeitada atividade socioeconômica que tem despertado a atenção de governos, empresários, comunidades e estudiosos, principalmente quanto a sua governança, planejamento e gestão. Atestando a importância econômica da atividade turística, segundo dados da Organização Mundial do Turismo – OMT (2020) no ano de 2019 as chegadas alcançaram 1,46 bilhões de turistas internacionais, gerando uma receita cambial de 1,481 bilhões de dólares. Já no ano 2000, as chegadas foram de 702 milhões de turistas internacionais e a receita de U\$ 1,481 bilhões de dólares. No ano de 2021, esse número passou para aproximadamente 6,5 milhões de turistas internacionais, gerando uma receita superior a U\$ 6 bilhões de dólares. Conforme dados do barômetro da OMT, o turismo é a terceira maior categoria mundial em exportação, depois de combustíveis e químicos, ou seja, o setor de serviços através do turismo demonstra sua importância na balança comercial. Embora os números e cifras sejam relevantes, percebe-se que o Brasil ainda não despontou no cenário mundial como destino turístico capaz de competir com destinos com características similares às suas, mesmo possuindo belezas naturais e culturais ímpares.

Partindo desta definição, pode-se extrair que a convergência das potencialidades do patrimônio brasileiro e do turismo como indutores do desenvolvimento no país se dá por meio do fomento ao turismo cultural, que compreende as “atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006, s.p.). Buscando formatar esta concepção, os locais que recebem turistas necessitam estruturar o roteiro de forma organizada e planejada; por

isso, os roteiros turísticos tornam-se importantes para a organização e comercialização do turismo como produto (SILVA E NOVO, 2010).

Pode-se entender roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que o formam. Na elaboração do roteiro turístico, Silva e Novo (2010) propõem aos atores envolvidos (governos, sociedade civil e iniciativa privada) as orientações necessárias que irão auxiliá-los na integração e na organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada localidade turística.

Como um fenômeno social, a roteirização facilita o acesso à informação dos produtos disponíveis para a experiência cultural, pois apesar de a região possuir em seus municípios algumas características próprias e similares em alguns aspectos, outros possuem variáveis bastante distintas. A roteirização integrada permite que aconteça entre os destinos o compartilhamento de ideias, inovações e valores em comum.

METODOLOGIA

Para a construção do presente artigo, utilizou-se da pesquisa qualitativa onde buscou-se o ambiente de estudo e elementos de análise, com base na coleta de dados, bibliográfica e análise da experiência com o roteiro cultural do CITMAR. Richardson (1999) afirma que por meio do método qualitativo possibilita-se a compreensão da natureza de um fenômeno social, contemplando assim a interação com o ambiente. Enquanto método de investigação qualitativa, utilizou-se do estudo de caso capaz de descrever a situação e discorrer-la. Para Rocha (2008) o estudo de caso tem sua aplicação quando o pesquisador busca uma compreensão extensiva e com mais objetividade e validade conceitual, do que propriamente estatística, acerca da visão de mundo de setores populares. Dessa forma, o presente estudo preza pela utilização do método qualitativo, sendo utilizado o estudo de caso para sua descrição e análise. Ainda, utilizou-se das pesquisas de demanda turística do CITMAR (dados secundários) entre os anos de 2017 a 2022 para subsidiar a análise dos resultados.

DISCUSSÕES E RESULTADOS

A região turística Costa Verde & Mar está localizada na porção centro norte do Estado de Santa Catarina, formada pelos municípios de Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Itajaí, Itapema, Ilhota, Navegantes, Penha e Porto Belo. A região possui uma das mais ricas biodiversidades do continente, porém, não se destaca apenas pela sua natureza ou praias, mas também pela sua cultura, formada por diferentes etnias que contribuem para o seu desenvolvimento. Com destinos segmentados pelos seus atrativos, entre eles o lazer, o entretenimento, os diversos eventos, a gastronomia, a cultura, o turismo de aventura e rural, ecoturismo, turismo náutico, incluindo os cruzeiros marítimos, além de compras e os 62 km de praias.

A história do roteiro cultural da região turística Costa Verde & Mar teve sua origem no ano de 2013 por meio de uma iniciativa do Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde e Mar - CITMAR⁵ e da Associação dos Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí - AMFRI, através de seu Colegiado de Secretários Municipais de Turismo - CSMT. Tendo como pressuposto o fato de que os resultados da pesquisa de demanda turística de alta temporada (dezembro a março) realizados à época mostravam que os turistas buscavam atividades culturais como alternativa de lazer a ser realizada após a praia ou em dias de chuva, o CITMAR e o CSMT incluem em seu planejamento, o desenvolvimento de estudos para criação de um roteiro cultural.

A partir daí, buscaram desenvolver uma parceria com o Colegiado de Dirigentes Municipais da Cultura - CDMC da AMFRI, visando a cooperação e integração técnica com esse colegiado para a implantação de um roteiro cultural da região. A partir de 2014, os Colegiados da AMFRI e o CITMAR iniciaram uma série de ações, incluindo a contratação dos Planos Municipais de Cultura e Inventário Turístico Cultural de todos os municípios associados e, em seguida, a criação de um comitê responsável para a realização das visitas técnicas nos principais atrativos culturais que tinham

⁵ O CITMAR foi constituído em 2007 pelas Prefeituras Municipais de Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Itajaí, Ilhota, Itapema, Luiz Alves, Navegantes, Penha e Porto Belo, situados na porção centro-norte do Estado de Santa Catarina. O CITMAR é uma entidade de natureza pública regida pela Lei Federal 11.107 de 2005 e Decreto Federal 6.017 de 2007. Sua instalação se deve à iniciativa da Associação dos Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí – AMFRI. A AMFRI é uma entidade privada de caráter associativo constituída em 1973 pelas mesmas Prefeituras Municipais supracitadas. Tem por objetivo promover o estabelecimento da cooperação intermunicipal e intergovernamental e de ampliar e fortalecer a capacidade administrativa, econômica e social dos municípios que a compõem.

potencial para compor o roteiro. Ao final do ano, um importante parceiro é agregado ao projeto: o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/SC - Foz do Rio Itajaí, com o intuito de aproximar as pequenas empresas do setor ao poder público, bem como apoiar financeiramente o projeto.

No ano de 2015, foram realizadas as etapas de: (1) formatação final dos atrativos; (2) elaboração dos materiais de divulgação, como folder, mapa, site e aplicativo; e (3) implantação da sinalização turística em todos os atrativos do roteiro. O lançamento do roteiro ocorreu no evento Bolsa de Negócios Turísticos - BNT Mercosul, na cidade de Itajaí - SC, em maio do mesmo ano e deu início à sua promoção e divulgação. Durante o ano de 2015 houve uma intensa divulgação do novo produto turístico da região em eventos, festejos e comemorações, dentro dos municípios e fora deles, por meio das feiras que o CITMAR participou. Em 2016, ocorreu a primeira atualização do roteiro com a inserção de novos atrativos devidamente balizados e cancelados pelo comitê técnico, bem como a realização de eventos de formação e capacitação em cada um dos municípios consorciados; a elaboração de um novo mapa do roteiro cultural, atualização do site e sinalização. Além dessas ações, a divulgação seguiu em todas as feiras e eventos que a região participou.

Em 2017 foi realizada a segunda atualização do roteiro com a inclusão do município de Balneário Camboriú (que se reintegrou às entidades depois de 6 anos) e a exclusão do município de Luiz Alves (que migrou para a região turística Vale Europeu). Dessa forma, foi necessária a renovação de materiais de divulgação, placas de sinalização e visitas técnicas para aprovação dos novos entrantes. Em 2018, foram feitas ações na ampliação da divulgação do roteiro nos eventos locais, como festas dos municípios, eventos típicos e ainda em feiras de turismo nos principais mercados emissores. Ainda, foi necessária a retomada da comunicação interna entre os colegiados de turismo e cultura devido às trocas de gestores municipais dessas pastas. Já em 2019, o roteiro passa por uma profunda mudança, que demandou a remodelação dos atrativos locais para compor o roteiro. Um amplo inventário turístico-cultural foi realizado pelos técnicos do turismo e da cultura das Prefeituras. Ademais, foi imprescindível uma análise técnica criteriosa dos atrativos que já faziam parte do roteiro para sua continuidade no roteiro. O comitê técnico teve, mais uma vez, um papel fundamental na condução e gerenciamento do roteiro cultural, uma vez que, em

sua maioria, foi formada por funcionários efetivos e de carreira. Ao final daquele ano, o roteiro cultural soma mais de 200 atrativos culturais incluindo o patrimônio cultural material e imaterial, manifestações folclóricas, lendas e costumes.

Após 9 anos desde a sua criação, pode-se afirmar que o roteiro cultural da Costa Verde & Mar vem cumprindo com os seus objetivos centrais, que é de preservar o patrimônio cultural dos municípios e de seus povos, permitindo a manutenção e memória das manifestações culturais. Outros objetivos também foram atingidos, como o estreitamento do relacionamento com as comunidades locais; a sensibilização sobre a importância do turismo e da cultura; a valorização da atividade cultural como produto turístico de valor agregado. Outro resultado importante é a promoção do produto turístico integrado, capaz de atrair turistas e visitantes em todas as estações do ano, minimizando a sazonalidade, contribuindo para a geração de emprego e renda e fomentando pequenos negócios. Os anos subsequentes foram marcados pelo advento da pandemia de Covid-19 que dificultaram o andamento da atividade turística e, por consequência, do roteiro cultural. No entanto, assim como os outros roteiros integrados da região (cicloturismo, náutico, aventura) o roteiro cultural continua ativo e estruturado, sendo possível desfrutar de suas atrações.

Uma das maneiras de mensurar os resultados atingidos com a implantação do roteiro cultural pode ser medido pela pesquisa de demanda turística de alta temporada de verão, realizada no decorrer dos anos pelo CITMAR e seus municípios consorciados (CITMAR, 2023)⁶. Uma das perguntas do questionário aplicado na entrevista com o turista é quanto à avaliação dos atrativos culturais da região. Para este estudo, foi feito um recorte considerando os principais resultados da pesquisa de demanda turística e que serão apresentados a seguir. Primeiramente, considera-se para comparação estatística os dados dos planos amostrais aplicados em cada um dos anos da pesquisa, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 e 2022, conforme o Apêndice 1 – Tabela 1. De acordo com a tabela 1, verifica-se que no decorrer dos seis anos em que houve a aplicação das pesquisas de demanda turística de alta temporada de verão, alguns dados estatísticos permaneceram semelhantes, como é o caso do erro amostral (entre 2017 e 2020 de 5 pontos percentuais), do nível de confiança (95% nos seis anos de realização) e do período de realização (somente em 2018 a pesquisa foi

⁶ A pesquisa de demanda turística é realizada pelo CITMAR na alta temporada de verão, nos municípios consorciados. Os resultados na íntegra da pesquisa de demanda, metodologia e coleta podem ser acessados no sítio eletrônico do consórcio (www.citmar.sc.gov.br).

realizada entre os meses de dezembro a abril, sendo os demais anos de janeiro a março). Entretanto, alguns dos dados do plano amostral, como o número de cidades que aplicou as pesquisas foram bastante variáveis, entre o intervalo de 6 cidades em 2017 para 10 cidades em 2020. As amostras utilizadas nos anos seguintes também variaram, sendo de 1.874 em 2017 e 4.272 em 2021. As diferenças na quantidade de cidades que aplicaram a pesquisa se deve ao planejamento do CITMAR e dos municípios de realizá-la por meio de contratação do consórcio ou não, ficando essa decisão por conta de cada governo local. Mesmo em face do cenário pandêmico, o CITMAR manteve a execução da pesquisa de demanda, para monitorar, entre outros objetivos, as possíveis mudanças de comportamento do turista.

Complementarmente ao plano de aplicação das pesquisas, pode-se citar que o público-alvo foram homens e mulheres maiores de 18 anos, que não residiam nas cidades de entrevistas e que estiveram pelo menos 24 horas na cidade da entrevista, ou seja, a definição de turista. Os estudos foram de caráter descritivo, com uma abordagem qualitativa e o modo de procedimento foi a entrevista pessoal nas cidades durante os períodos indicados na tabela 1. Por fim, o instrumento de coleta de dados foram os questionários semiestruturados com perguntas abertas e fechadas que sofreram algumas alterações no decorrer dos anos.

Visando compreender o perfil do turista da região Costa Verde & Mar, apresenta-se no Apêndice 2 - Tabela 2: Perfil do Turista) as informações relativas à procedência, gênero, faixa etária, estado civil, grau de escolaridade, ocupação e renda média mensal durante os anos de aplicação da pesquisa. Pode-se afirmar pelos resultados que o perfil do turista que visita a região no verão é de brasileiros (intervalo mínimo de 86,6% em 2017 e máximo de 98,4% em 2021), na faixa etária de 31 a 40 anos (intervalo mínimo de 20% em 2018 e máximo de 29,6% em 2020), casados (intervalo mínimo de 58,4% em 2017 e máximo de 63,6% em 2018), com ensino superior completo (intervalo mínimo de 26,8% em 2022 e máximo de 41,4% em 2017), assalariados (intervalo mínimo de 26,2% em 2020 e máximo de 31,2% em 2017) e com renda média mensal de 4 a 10 salários mínimos (intervalo mínimo de 23,6% em 2022 e máximo de 40,1% em 2018). Quanto ao gênero, percebe-se uma equivalência nos resultados no decorrer dos anos, ficando praticamente semelhantes entre homens e mulheres. Adicionalmente, o perfil do turista da Costa Verde & Mar é formado por

famílias com filhos, que viajaram de férias e lazer e tem as praias e atrativos naturais como maior motivação de viagem.

No que tange à avaliação dos atrativos culturais da região, analisa-se a seguir os resultados que podem mensurar o sucesso da implantação do roteiro cultural. É salutar destacar que somente os turistas que usufruíram ou visitaram ou utilizaram-se de algum tipo de atrativo cultural puderam avaliar o item. Nos anos de 2017, 2018 e 2019 a forma de apresentação dos resultados para esta questão se constituía em uma escala de notas dadas pelos turistas de 0 a 5 (onde 0 é a pior nota e 5 a nota máxima), conforme o Apêndice 3 - Figura 1: Avaliação dos atrativos culturais: quantitativa.

Entre os anos de 2017 e 2019, a pesquisa considerou a avaliação do quesito atrativos culturais de maneira quantitativa. Em 2017, a nota dada aos atrativos culturais foi de 4,15. Em 2018, a nota foi de 4,16 e em 2019, a nota foi de 4,32, evidenciando uma melhoria constante no decorrer desses 3 anos. Em 2020, houve uma alteração na formulação da pergunta e a escala foi modificada, tornando-se uma resposta qualitativa, ou seja, possibilitando ao turista respondê-la optando pelas opções muito bom, bom, regular, ruim e péssimo. Para efeitos de apresentação dos resultados, considerou-se o agrupamento da aprovação (muito bom e bom), regular ou reprovação (regular e ruim), conforme o Apêndice 4 - Figura 2: Avaliação dos atrativos culturais: qualitativa. No ano de 2020, nota-se um resultado expressivo de respondentes que classificaram os atrativos culturais como regulares (57,8%). Sua aprovação foi de apenas 31,8% e de reprovação de 9,5%. Nos anos de 2021 e 2022, percebe-se que os índices de aprovação foram muito superiores, atingindo a aprovação de 96,8% em 2021 e de 95% em 2022 e de reprovação de 0,7% e 1%, respectivamente. Diante dos resultados explicitados, considera-se que os atrativos culturais da região foram bem avaliados pelos entrevistados no decorrer dos anos de 2017 a 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o relato da experiência do roteiro cultural na Costa Verde & Mar é possível fazer alguns apontamentos acerca do seu processo de planejamento, execução e condução. Considera-se crucial a implantação de um roteiro cultural para uma região turística dotada de inúmeros atrativos essencialmente naturais, mas com potencial incrível para outros segmentos, como o cultural. O fato do roteiro ter sido concebido

dentro do âmbito regional dá uma perspectiva de coletividade e integração entre os municípios que comungam de tradições culturais por vezes semelhantes, porém não em sua totalidade. Em outras palavras, a diversidade de culturas, tradições, modos de vida, arquiteturas e descendências enriquecem o roteiro cultural, não só do ponto de vista do que o turista irá encontrar, mas também do resgate das comunidades locais e de sua identidade.

No processo de planejamento do roteiro, há que se destacar um item importante e fator crítico de sucesso: a criação do comitê técnico formado por profissionais das áreas do turismo e da cultura dos municípios da região. Esse comitê se mostrou essencial para a definição de critérios técnicos qualitativos, bem como sua condução no decorrer do tempo. Por meio dele, foi possível cancelar ou não o ingresso de atrativos culturais no roteiro, sempre pautado nos critérios técnicos. Após quase uma década de sua implantação é possível identificar dois fatores limitantes. O primeiro deles é a dificuldade de manutenção das equipes gerenciais da cultura e do turismo nos municípios (secretários/superintendentes/dirigentes) o que acaba gerando descontinuidade das ações. O segundo fator limitante é a dificuldade em comercializar o roteiro cultural do ponto de vista da iniciativa privada. Várias tentativas foram feitas com operadoras e receptivos locais, mas na prática o que se vê é que as empresas acabam comercializando atrativos culturais em cada município, mas não o conjunto em sua totalidade.

Em relação aos resultados da pesquisa de demanda turística elucidados acima, pode-se fazer a ponderação que de a pergunta do questionário se referente ao atrativo cultural e não diretamente ao roteiro cultural. Embora tenham suas diferenças conceituais, analisa-se que o mais importante nesse caso é ter um parâmetro de avaliação dos atrativos locais acerca de sua qualidade e pertencimento. Nesse caso, os resultados mostraram que os turistas estão satisfeitos com a oferta turística apresentada.

Em um contexto mais amplo, acredita-se que há um longo caminho a percorrer, tanto no que tange aos investimentos públicos a serem feitos na cultura, bem como no turismo. Tais investimentos não são vistos, muitas vezes, como prioridade dos gestores municipais. Ainda, destaca-se o papel da iniciativa privada no avanço de atrações culturais a serem ofertadas para as comunidades e visitantes.

REFERÊNCIAS

- BRITO, L.M.L.M. **O guia-intérprete**: facilitador do turismo cultural. Tese de Doutorado. Universidade de Évora, Portugal, p. 535, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Lu%C3%ADs%20Miguel%20Louren%C3%A7o%20Mendes%20de%20Brito%20-%20187%20136%20(2).pdf>. Acesso em: 10 mar. 2023.
- BENI, M.C. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.
- CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE TURISMO COSTA VERDE E MAR – CITMAR. **Pesquisa de demanda turística**. Itajaí, Santa Catarina. Disponível em: <https://www.citmar.sc.gov.br>. Acesso em 16 mar. 2023.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LAKATOS, E. M., MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARTINS, U.; BAPTISTA, M. M. A gastronomia portuguesa no Brasil: um roteiro de turismo cultural. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 2, n. 13/14, p. 633-644, 2010.
- MENDES, G.F.B. **Roteiro turístico e cultural de Marco de Canaveses - MARCOTUR**. Dissertação (Mestrado em Patrimônio Cultural). Universidade do Minho, Braga, Portugal, p. 269, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Gorete%20Fernanda%20Babo%20Mendes.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2023.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo no Brasil: 2007–2010**. Brasília: 2006.
- _____. **Anuário Estatístico de Turismo**. 2021 - Volume 48 - Ano Base 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020_divulgacao-compactado.pdf>. Acesso em: 25 set. 2022.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **International Tourism Highlights**, 2020. UNWTO, Madrid. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>. Acesso em: 27 fev.2023.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROCHA, J. C. Estudo de Caso: Metodologia e Epistemologia. **Jus Brasil**, 2008. Disponível em: <https://joseclaudiorocha.jusbrasil.com.br/artigos/332690218/estudo-de-caso>. Acesso em: 25 set. 2022.
- SILVA, G.T; NOVO, C.B.M.C. **Roteiro Turístico**. Curso Técnico em Hospedagem - E-tec Brasil. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. Disponível em: <http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/270/Roteiro_Turistico_COR_Capa_ISBN_20100623.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 8 mar. 2023.
- THOMAS, J. R.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. S. **Métodos da Pesquisa em Atividade Física**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

APÊNDICES

Apêndice 1

Tabela 1: Dados estatísticos das pesquisas

Dados estatísticos	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Número de Cidades	6	9	7	10	9	9
Amostra	1.874	3.029	3.356	3.562	4.272	4.195
Erro Amostral (Pontos Percentuais)	5 pp	5 pp	5 pp	5 pp	1,5 pp	1,5 pp
Nível de Confiança	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Período de Realização	jan./mar.	dez. 2017 a abr.	jan./mar.	jan./mar.	jan./mar.	jan./mar.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Apêndice 2

Tabela 2: Perfil do Turista

Perfil do Turista (*)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Procedência (%)						
Brasil	86,6	87,6	91,5	89,1	98,4	91,8
Exterior	13,4	12,4	8,5	10,8	1,6	8,2
Gênero (%)						
Masculino	47	48,3	46,5	45,9	51	50,9
Feminino	46,8	47,5	48,7	52,8	49	49,1
Faixa Etária (%)						
26 a 30 anos	17	16,7	15,4	14,6	11,9	9,6
31 a 40 anos	24	20	26,5	26,9	29,6	27,2
41 a 50 anos	20	21,9	22,2	17,6	24,8	25,7
(continua)						

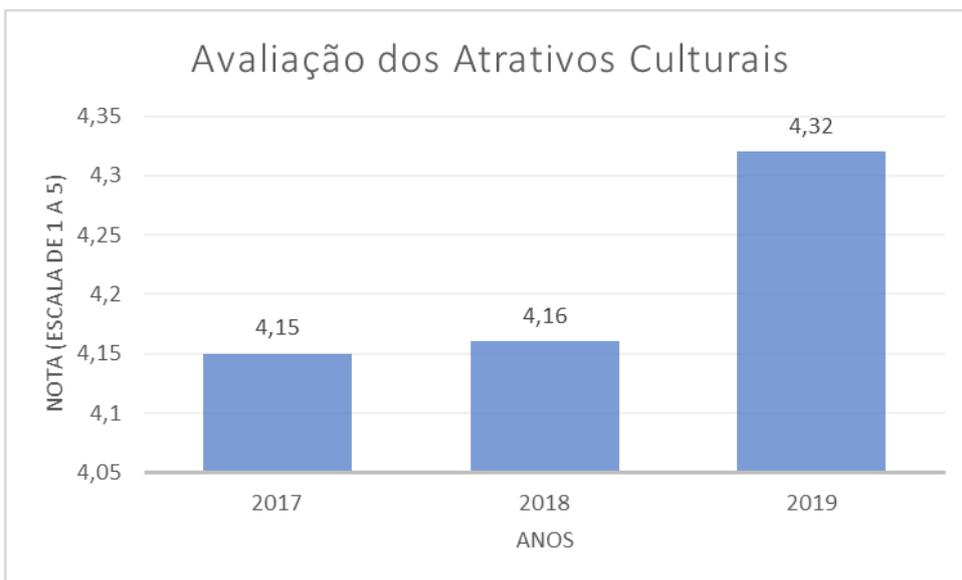
Perfil do Turista (*)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Estado Civil (%)						
Casado	62	63,6	58,5	58,4	59,9	61,5
Solteiro	26	23,8	24,8	25,8	26,2	22,5
Grau de Escolaridade (%)						
Médio Completo	26,2	29,8	29,2	29,9	33,7	29,7
Superior Incompleto	14,4	13,7	13,1	13,5	-	9,9
Superior Completo	41,4	35	35,9	35	40,9	26,8
Ocupação (%)						
Assalariado	31,5	25,5	31,3	26,2	-	29,7
Funcionário Público	12,5	14	11,6	15,4	-	10,6
Empresário	17,6	12,8	14,4	11	-	13,9
Autônomo	10,4	14,6	12,3	11,3	-	19,5
Renda Média Mensal em salários mínimos - SM (%)						
2 a 4 SM	27	32,1	29,7	36,1	25,4	18,3
4 a 10 SM	35	40,1	37,7	34,5	37,4	23,6
10 a 20 SM	13	9,9	11,9	9,1	17,1	18,4

(*) Principais resultados. (-) Dados indisponíveis.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Apêndice 3

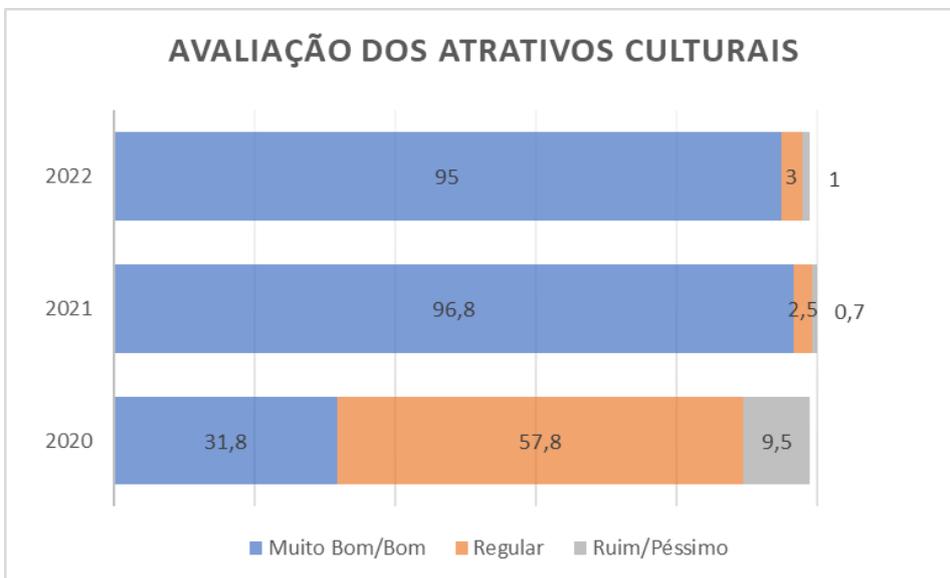
Figura 1: Avaliação dos atrativos culturais: quantitativa



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Apêndice 4

Figura 2: Avaliação dos atrativos culturais: qualitativa



Fonte: Elaborado pelas autoras.