

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

JULIANA MEDAGLIA

**OS DESAFIOS DO USO QUALIFICADO DA INFORMAÇÃO EM TURISMO: O
CASO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA/MG**

BELO HORIZONTE

2017

JULIANA MEDAGLIA

**OS DESAFIOS DO USO QUALIFICADO DA INFORMAÇÃO EM TURISMO: O
CASO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA/MG**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais para obtenção do grau de Doutor em Ciência da Informação.

Linha de Pesquisa: Organização e Uso da Informação

Orientadora: Cristina Dotta Ortega

BELO HORIZONTE

2017

Medaglia, Juliana

M488d

Os desafios do uso qualificado da informação em Turismo [manuscrito] : o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG / Juliana Medaglia. – 2017. 200 f., enc.; 30 cm.

Orientadora: Cristina Dotta Ortega.

Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Belo Horizonte, 2017.

Referências: f. 132-145.

Inclui apêndice e anexo.

1. Ciência da informação – Teses. 2. Turismo – Diamantina (MG) – Demanda Turística – Teses. 3. Organização da informação – Teses. 4. Uso da informação – Teses. I. Título. II. Ortega, Cristina Dotta. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

CDU: 02:338.485(815.1)



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO

"OS DESAFIOS DO USO QUALIFICADO DA INFORMAÇÃO EM TURISMO: O CASO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA/MG"

Juliana Medaglia Silveira

Tese submetida à Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos à obtenção do título de "**doutora em Ciência da Informação**", linha de pesquisa "**Organização e Uso da Informação**".

Tese aprovada em: 28 de junho de 2017.

Por:

Prof. Dra. Cristina Dotta Ortega - ECI/UFMG (Orientadora)

Prof. Dr. Kerley dos Santos Alves - UFOP

Prof. Dra. Marilda Lopes Ginez de Lara - USP

Prof. Dra. Maria da Conceição Carvalho - ECI/UFMG

Prof. Dr. Renato Pinto Venâncio - ECI/UFMG

Aprovada pelo Colegiado do PPGCI

Prof. Alcenir Soares dos Reis
Coordenadora

Versão final aprovada em 04/07/2017

Prof. Cristina Dotta Ortega
Orientadora



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

ATA DA DEFESA DE TESE DE **JULIANA MEDAGLIA SILVEIRA**, matrícula: 2013709093

Às 14:00 horas do dia 28 de junho de 2017, reuniu-se na Escola de Ciência da Informação da UFMG a Comissão Examinadora aprovada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação em 23/06/2017, para julgar, em exame final, o trabalho intitulado **Os desafios do uso qualificado da informação em Turismo: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG**, requisito final para obtenção do Grau de DOUTORA em CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, área de concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação, Linha de Pesquisa: Organização e Uso da Informação. Abrindo a sessão, a Presidente da Comissão, Profa. Dra. Cristina Dotta Ortega, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra à candidata para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:


Profa. Dra. Cristina Dotta Ortega - Orientadora	APROVADA
Prof. Dr. Kerley dos Santos Alves	APROVADA
Profa. Dra. Marilda Lopes Ginez de Lara	APROVADA
Profa. Dra. Maria da Conceição Carvalho	APROVADA
Prof. Dr. Renato Pinto Venâncio	APROVADA

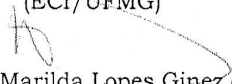
Pelas indicações, a candidata foi considerada APROVADA.

O resultado final foi comunicado publicamente à candidata pela Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Presidente encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 28 de junho de 2017.


Profa. Dra. Cristina Dotta Ortega
(ECI/UFMG)

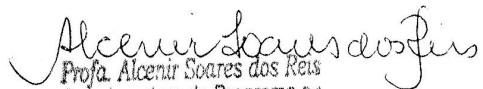

Prof. Dr. Kerley dos Santos Alves
(UFOP)


Profa. Dra. Marilda Lopes Ginez de Lara
(USP)


Profa. Dra. Maria da Conceição Carvalho
(ECI/UFMG)


Prof. Dr. Renato Pinto Venâncio
(ECI/UFMG)

Obs: Este documento não terá validade sem a assinatura e carimbo da Coordenadora.


Profa. Alcenir Soares dos Reis
Coordenadora do Programa de
Pós-Graduação em Ciência
da Informação da UFMG

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Osmar Carlos Medaglia (in memorian) e Nazira Assad, pelo amor, força, suporte e incentivo em todas as minhas escolhas de vida.

AGRADECIMENTOS

À Professora Dra. Cristina Dotta Ortega, por acolher-me na Ciência da Informação, acreditar no meu potencial de pesquisadora e por conduzir nosso trabalho juntas com tanta leveza, liberdade e intensa participação.

Aos professores do PPGCI/UFMG pelas reflexões e ensinamentos.

Aos professores da banca de qualificação pelas contribuições no momento em que a pesquisa ainda estava em andamento: José Manoel Gonçalves Gandara, Mônica Erichsen Nassif e Nair Yumiko Kobashi.

Aos professores da banca examinadora: Kerley Alves dos Santos, Maria da Conceição Carvalho, Marilda Lopes Ginez de Lara e Renato Pinto Venâncio pela disponibilidade em colaborar.

Aos colegas do PPGCI/UFMG que acolheram-me com tanta curiosidade e parceria. Em especial, agradeço ao Vinicius de Souza Tolentino, cuja amizade, parceria, paciência e jeito espontâneo atenuaram o tempo longe de minha família.

À Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), à Faculdade Interdisciplinar em Humanidades (FIH) e ao Curso de Turismo pelos 03 anos de afastamento. Em especial, aos professores doutores Carlos Eduardo Silveira (DTur), parceiro de coordenação na Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região (PDTD), e Luciana Pereira Assis e Alessandro Vivas Andrade (DCOM), parceiros no projeto do Edital Universal da FAPEMIG, o qual envolveu o levantamento dos dados que agora são parte do objeto desta tese.

Às instâncias de governança turística local, em especial, Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio de Diamantina, Circuito dos Diamantes e demais entidades que compõem o Conselho Municipal de Turismo de Diamantina.

Aos estudantes de diversas turmas dos Cursos de Bacharelado em Turismo e em Humanidades da UFVJM (2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013) pelos momentos compartilhados ao longo do trabalho de campo da PDTD, bem como pelas discussões e reflexões ao longo da(s) disciplina(s) Marketing Turístico e Marketing de Destinos e Produtos.

Aos ex-orientandos que foram bolsistas de Iniciação Científica e que pesquisaram sobre Diamantina e suas demandas turísticas reais ou potenciais: Viviane Cristina de Paula, Karla Cristina Rodrigues Maynard, Ronaldo Flaviano de Souza Júnior e Gabriela Duarte Vieira.

Aos 'meus anjos da estrada': Tatá Joias, Marco Antônio 'Tindola' e Luiz Gustavo, cujas conduções serenas no trajeto Diamantina - Belo Horizonte - Diamantina, me deram tranquilidade e segurança para trabalhar.

Aos amigos de São Paulo, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais e de outros cantos, pelo apoio e compreensão durante minha necessária ausência.

À Diamantina, palco de momentos tão únicos da minha história, e aos amigos de lá, testemunhas de minha vida pessoal e profissional que compõem minhas grandes amizades.

À minha família, em especial minha mãe, Nazira Assad, e meu pai, Osmar Medaglia, pelo amor incondicional e por propiciarem a oportunidade de sonhar e crescer, além de terem me apresentado a espiritualidade de maneira tão singular e especial. Agradeço aos meus irmãos, Thiago e Thalita, por fazerem parte de tudo isso.

Aos meus filhos, Joaquim e Frederico, diamantinenses, amores da minha vida e motivação máxima dos meus dias, que por vezes me cobraram a presença sem ter idade para compreender minha necessária e temporária ausência.

Por fim, mas não menos importante, agradeço ao meu companheiro, amor da minha vida, parceiro de trabalho, melhor amigo, pai dos meus filhos e marido, Caê. Com você, para você e por você, toda minha admiração, gratidão, dias e amor.

RESUMO

O turismo é uma atividade resultante da atração de pessoas por determinados locais para os quais são transportadas, onde se alojam e tem suas necessidades e desejos satisfeitos. Como tal, necessita de um conjunto de informações – a informação turística – que apoie a utilização das atividades dos turistas para fins comerciais, bem como de informações que possibilitem o alcance de tal meta ao prover dados que descrevam a atividade dos atores em turismo: a informação em turismo, a qual inclui dados sobre os turistas, dados estes que dão suporte estatístico a pesquisas sobre demanda turística. Diamantina/MG é uma cidade colonial com o título de Patrimônio da Humanidade e singular potencial turístico. A pesquisa intitulada ‘Pesquisa de Demanda Turística Real em Diamantina e Região (PDTD)’, sobre demanda turística, foi realizada na dita cidade por pesquisadores do curso de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) entre 2009 e 2014 e resultou em um estoque informacional acerca dos turistas. Este banco de dados pode indicar caminhos para o desenvolvimento do turismo local. A disponibilização dessas informações não garante sua apropriação pelos (potenciais) usuários, ou atores em turismo, logo o objetivo geral do presente estudo é explorar os fundamentos da organização da informação no sentido de promover o uso por parte dos atores em turismo dos dados sobre demanda turística real em Diamantina e região, como forma de apoiar o desenvolvimento turístico local. Metodologicamente, a união entre duas áreas das Ciências Sociais Aplicadas, a Ciência da Informação e o Turismo, durante a condução da presente pesquisa só foi viável através do estudo de caso. Partiu de um estudo exploratório para caracterizar uma pesquisa descritiva. A tese foi dividida em cinco capítulos: Introdução, a qual apresenta os elementos que desenham, justificam e abordam metodologicamente a tese; O estudo do fenômeno turístico, o qual destaca a demanda turística e a informação em turismo; Organização da Informação na perspectiva da mediação, o qual mostra a linguagem como elemento fundamental na produção de sentido para o público; A pesquisa sobre a demanda turística real em Diamantina e região, o qual aborda contextos, usuários e possibilidades, incluindo uma pesquisa qualitativa que envolveu os atores em turismo de Diamantina; e, por fim, Considerações finais, o qual afirma que os atores em turismo não foram devidamente identificados como público-alvo da PDTD durante sua realização. Tal fato foi evidenciado pela linguagem técnica usada nos relatórios e pela falta de proximidade ainda presente entre universidade e comunidade. Tais limitações não geraram um contexto favorável ao uso da PDTD por parte dos atores em questão, logo a pesquisa não produziu o efeito inicialmente esperado nos potenciais usuários dos dados coletados.

Palavras-chave: Demanda turística real. Diamantina/MG. Informação em Turismo. Organização da Informação em Turismo. Uso da informação em Turismo.

ABSTRACT

Tourism is an activity resulting from people's attraction by certain locations where they are taken to, are hosted and have their needs and desires met. Therefore, tourism activities need a set of information – the touristic information – to support the use of tourists' activities for commercial means, as well as information to help reaching such target by providing data describing the activities of tourism actors: information about tourism, which includes data about tourists; these data give statistical support to research about touristic demands. Diamantina/MG is a colonial town, with the status of World Heritage Site, that presents singular touristic potential. The research 'Pesquisa de Demanda Turística Real em Diamantina e Região (PDTD)', about touristic demand, was performed in this city by researchers from the Tourism Course of Federal University of Jequitinhonha and Mucuri Valleys (Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri - UFVJM), between 2009 and 2014. Their research resulted in an informational database about tourists, which can show ways to develop the local tourism. The availability of this database does not assure its use by potential users, tourism actors. Thus, the aim of the current study is to explore the fundamentals of information organization in order to promote the use of data about the real touristic demand in Diamantina and in its surroundings by the tourism actors to support local tourism development. With regard to methodology, the association of two Applied Social Sciences fields, Information Sciences and Tourism, throughout the conduction of the present research, was feasible due to a case study. I started from an exploratory study to characterize a descriptive design. The thesis was divided in five chapters: Introduction, which presents the elements methodologically drawing, justifying and approaching the thesis; The study about the touristic phenomenon, which highlights the touristic demand and information about tourism; Information organization in mediation perspective, which addresses language as the fundamental element to produce sense to the public; The research about the real touristic demand in Diamantina and in its surroundings, which approaches contexts, users and possibilities, including a qualitative survey involving tourism actors in Diamantina; and, finally, Final Considerations, which states that tourism actors were not properly identified as the target public of PDTD during its conduction. Such fact was evidenced by the technical language used in the reports and by the lack of proximity between university and community. These limitations did not generate a favorable context to the use of PDTD by part of the actors in question; thus, the research did not lead to the expected initial effect on the potential users of the collected data.

Key-words: Touristic demand. Diamantina/MG. Information in tourism. Organization of Information about tourism. Use of information in tourism.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Esquema do problema de pesquisa	25
FIGURA 2 - Correlação entre objetivos e capítulos.....	34
FIGURA 3 - Esquema teórico da atividade turística	39
FIGURA 4 - Sistema turístico de Neil Leiper	42
FIGURA 5 - SISTUR: modelo referencial.....	43
FIGURA 6 - Composição da oferta turística	48
FIGURA 7 - Estratégias produto-mercado	59
FIGURA 8 - O fluxo informacional turístico a partir do SISTUR.....	64
FIGURA 9 - Fluxo da Informação no setor turístico.....	65
FIGURA 10 - Principais operações do processo ou ciclo documentário.....	79
FIGURA 11 - Fluxo interno e os fluxos extremos da informação.....	80

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Diretórios consultados.....	31
TABELA 2 - Locais de aplicação da PDTD	96
TABELA 3 - Do que se trata 'Demanda Real'	117
TABELA 4 - Avaliação do relatório da PDTD	119

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Tipos de empresas que compõem a oferta técnica	49
QUADRO 2 - Tipologia de demanda turística	51
QUADRO 3 - Elementos que influenciam o comportamento dos turistas	54
QUADRO 4 - Fatores determinantes da demanda turística.....	54
QUADRO 5 - Métodos de investigação e análise de demanda turística.....	56
QUADRO 6 - A informação na obra Teoria do Turismo	66
QUADRO 7 - Relação da atividade turística com a informação	67
QUADRO 8 - Natureza das entidades representadas no COMTur.....	109
QUADRO 9 - Área e âmbito dos potenciais usuários da PDTD	110
QUADRO 10 - Representação por uso da PDTD e seu impacto sobre o turismo de Diamantina.....	111

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Natureza e abrangência das entidades do COMTur	112
GRÁFICO 2 - Impacto das entidades do COMTur no turismo.....	113
GRÁFICO 3 - Já fez, ou conhece de alguém, que tenha feito uso das informações da PDTD.....	118

LISTA DE ABREVIATURAS

ACID	Associação Comercial e Industrial de Diamantina
ADELTUR	Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo
ASGUITUR	Associação Diamantinense de Guias de Turismo
BDBTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
BRAPCI	Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
COMTur	Conselho Municipal de Turismo
DOAJ	<i>Directory of Open Access Journals</i>
EMATER	Empresa de Assistência Técnica de Extensão Rural do estado de Minas Gerais
FAFEID	Faculdades Federais Integradas de Diamantina
FAFEOD	Faculdade Federal de Odontologia de Diamantina
FAOD	Faculdade de Odontologia de Diamantina
FAPEMIG	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FJP	Fundação João Pinheiro
GDS	<i>Global Distribution System</i> / Sistema de Distribuição Global
IBCT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IEF	Instituto Estadual de Florestas
IPARDES	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MTur	Ministério do Turismo

OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
OSCIP	Organização Social Civil de Interesse Público
PDTD	Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
SEADE	Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECTur	Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio de Diamantina
SENAC	Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial
SciELO	<i>Scientific Electronic Library On Line</i>
SIM	Sistema de Informação em <i>Marketing</i>
SISTUR	Sistema de Turismo
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFVJM	Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 PROBLEMA.....	24
1.2 OBJETIVOS.....	25
1.2.1 Objetivo geral	25
1.2.2 Objetivos específicos.....	26
1.3 JUSTIFICATIVA.....	26
1.4 PERCURSO METODOLÓGICO	29
1.5 ESTRUTURA DA TESE.....	32
2 O ESTUDO DO FENÔMENO TURÍSTICO	35
2.1 O CONTEXTO HISTÓRICO DO TURISMO	35
2.2 DEFINIÇÕES USUAIS DE TURISMO.....	38
2.3 AMBIENTE, MERCADO E POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO.....	44
2.4 A COMPOSIÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	46
2.5 O ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA	49
2.5.1 Conceituação, tipologia e características da demanda turística.....	50
2.5.2 Fatores determinantes da demanda turística	53
2.5.3 Os métodos de estudo da demanda turística e suas aplicações.....	55
2.6 TOMADA DE DECISÃO E ESTRATÉGIA EM TURISMO	57
2.7 INFORMAÇÃO EM TURISMO	60
3 ELEMENTOS DA ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO	70
3.1 MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO	70
3.2 FLUXO INFORMACIONAL.....	77
3.3 A FUNÇÃO DA INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA	81
3.4 A LINGUAGEM NA ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO	84
3.4.1 Terminologia ou linguagem de especialidade	86

3.4.2 Disseminação da informação e produção de sentido.....	89
4 A PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA E REGIÃO – CONTEXTO, USUÁRIOS E POSSIBILIDADES.....	94
4.1 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA E REGIÃO	94
4.2 DIAMANTINA: A CIDADE, ‘SUA’ UNIVERSIDADE E O DESTINO TURÍSTICO	98
4.3 DISCUSSÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS (POTENCIAIS) USUÁRIOS DAS INFORMAÇÕES DA PDTD.....	107
4.4 ENTREVISTAS COM OS MEMBROS DO COMTUR DE DIAMANTINA.....	114
4.4.1 Caracterização	114
4.4.2 Análises e resultados	116
4.5 ANÁLISE DA PESQUISA SOBRE DEMANDA TURÍSTICA REAL EM DIAMANTINA E REGIÃO	122
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
REFERÊNCIAS.....	132
APÊNDICES	146
APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA – PESQUISA QUALITATIVA ...	147
APÊNDICE B – FICHA AUXÍLIO – PESQUISA QUALITATIVA	150
ANEXOS	151
ANEXO A – INSTRUMENTO DE PESQUISA - PDTD	152
ANEXO B – FICHA AUXÍLIO - PDTD.....	155
ANEXO C – EXEMPLO DE RELATÓRIO FINAL DA PDTD	158
ANEXO D – MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO	194

1 INTRODUÇÃO

Diamantina tem um papel de destaque na história do Brasil, por suas riquezas minerais, por ser berço de personalidades famosas, por apresentar uma rica cultura musical e possuir belíssimas paisagens naturais. A cidade está localizada no centro-norte de Minas Gerais, na mesorregião do Alto Vale do Jequitinhonha, a 298 km da capital de Minas Gerais, Belo Horizonte. Por seu contexto e preservação históricos, bem como pela paisagem na qual está inserida, Diamantina é detentora de títulos com forte atratividade turística, tais como: o tombamento de seu centro histórico colonial pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1938, a declaração de Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 1999 e o título de Reserva da Biosfera também pela UNESCO, em 2005, para a Serra do Espinhaço – cadeia montanhosa na qual a cidade está inserida, abrangendo de Minas Gerais até a Bahia.

Com todo esse potencial, o turismo tem sido um dos caminhos para o desenvolvimento de Diamantina, indo ao encontro da constatação de Portuguese (2004), o qual afirma que neste século as cidades coloniais estão cada dia mais associadas ao turismo, sendo este tido como uma das principais funções dessas localidades.

Diamantina apresenta atrativos turísticos constituídos por casarios, monumentos, igrejas, eventos musicais, museus e até elementos naturais como cachoeiras e trilhas, além de proporcionar serviços como pousadas, hotéis, restaurantes, lojas de artesanato e outros eventos. Em nível público, a cidade tem uma Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio (SECTur), é sede da Instância de Governança Turística Estadual - Circuito dos Diamantes - e, desde 2005, também é sede da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). A Instituição Federal de Ensino, cujo embrião foi implementado pelo ex-presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, nos anos 1950, a partir do Curso de Odontologia. Atualmente, é uma instituição de grande porte, com cinco campi, mais de 8.000 estudantes e cerca de 80 cursos, entre os quais está o Curso de Bacharelado em Turismo, ofertado em Diamantina.

Nesse contexto, a Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região (PDTD) foi criada pela autora, docente e pesquisadora no Departamento de Turismo da UFVJM, a partir de sua área de atuação – qual seja, Marketing de Destinos e Produtos Turísticos -, em conjunto com a área de Planejamento e Políticas Públicas de Turismo, do mesmo departamento.

Este trabalho tem como base a proposta de aperfeiçoamento do projeto original, o qual foi idealizado com a participação dos alunos do Curso de Turismo como consequência da detecção de uma carência de conhecimento do perfil dos turistas que frequentam o destino, suas características socioeconômicas, motivações e percepções. Tais necessidades foram corroboradas pelos parceiros do projeto inicial, quais sejam o Circuito dos Diamantes e a SECTur. Assim, por iniciativa dos então pesquisadores da UFVJM, os professores das áreas citadas perceberam que o caminho para iniciar o processo de levantamento de tais informações seria por meio de uma atividade interdisciplinar. No segundo semestre de 2008, foram realizadas as primeiras ações do projeto, as quais resultaram nos objetivos, metodologia e instrumento desta pesquisa (questionário-elaborado a partir dos padrões indicados pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2004). A partir daí, esse instrumento foi testado e, posteriormente, aplicado em períodos de maior e menor demanda turística – o que resultou em duas coletas de dados em 2009, 2010 e 2011, e uma coleta em 2012, 2013 e 2014. A pesquisa original foi registrada na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFVJM sob o nº PRPPG/0107/08 e a tabulação em todas as edições foi realizada manualmente pela proponente e outro professor, além de alunos bolsistas de iniciação científica do Curso de Turismo. Os dados foram compilados e trabalhados em planilhas produzidas em Microsoft Excel – formato escolhido em função de sua popularidade.

A partir da frutificação da pesquisa, buscou-se meios de aperfeiçoamento dos métodos de aplicação pela parceria com o Departamento de Computação da UFVJM, o qual contou com o financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), por meio do Edital Universal 2009-2010. Essa busca se deu porque considerou-se a necessidade de agilidade no tratamento dos dados e as possibilidades que a maior profundidade neste tratamento geraria para o resultado final da pesquisa, em especial quanto ao seu potencial de uso. Ao final do período 2008-2014, a PDTD contabilizou 1.597 turistas entrevistados, constituindo, assim, um grande banco de dados, passível de tratamento estatístico e relatórios elaborados e disponibilizados a cada edição no *site* do Curso de Turismo, na página da UFVJM na internet (<http://www.ufvjm.edu.br/cursos/turismo/publicacoes.html>). Os relatórios eram também enviados, ao final de cada edição (em papel e/ou CDs), para os locais de aplicação da pesquisa (atrativos turísticos de Diamantina).

O resultado dessa parceria entre os departamentos de Turismo e de Computação foi a automatização da coleta dos dados com o uso de *Palm Tops*®, pertencentes ao Laboratório do Curso de Turismo. Contudo, ainda que o resultado tenha representado uma drástica redução do tempo de coleta e tabulação de dados e, por

consequente, de divulgação dos resultados, a questão do uso das informações disponibilizadas por parte de seus potenciais usuários foi o grande desafio, uma vez que, informação acumulada, e até organizada, não representa, necessariamente, conhecimento.

Cabe aqui esclarecer que consideramos potenciais usuários os atores do turismo local. O termo *ator* é oriundo dos estudos de planejamento e políticas públicas, conceituado por Silva (2001, p.165) como “sujeito coletivo que está comprometido com a ação e participando do processo de planejamento”. No caso específico da PDTD, os atores/usuários são as instituições públicas e/ou privadas atuantes no turismo de Diamantina - desde empresários até os indivíduos representantes de determinados órgãos ligados ao turismo, nas diferentes instâncias de governança da atividade.

Entretanto, no momento da elaboração da PDTD e também durante suas primeiras edições, os atores não eram considerados usuários potenciais. Enquanto pesquisadores - responsáveis pela promoção do ensino, pesquisa e extensão -, acreditávamos ter um projeto completo: uma pesquisa aplicada com diferentes profissionais e áreas do saber envolvidas, a qual permitia a prática pedagógica junto aos discentes dentro de sala, em pesquisa e no campo profissional, além de permitir resultados que pudessem ser compartilhados com a comunidade local (atores do turismo), a ponto de gerar impacto positivo e transformação social, através do desenvolvimento turístico. O tempo, as novas edições, os encontros informais e as reuniões oficiais com esses atores do turismo de Diamantina mostraram que estávamos errados. Quanto mais trabalhávamos e tínhamos reconhecimento dentro da Universidade - por meio de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), dissertações e teses, ou na pesquisa em Turismo, através de publicações científicas em eventos e periódicos -, mais frustrados ficávamos por não conseguirmos efetivar a terceira vertente da *práxis* universitária. Em outras palavras, a extensão e capacidade dessa de gerar impactos transformadores não estavam acontecendo, uma vez que os resultados da PDTD não eram acessados pelo ‘turismo local’. Aquilo que, como pesquisadores, achávamos que seria natural por parte de empresários e demais *policy makers* do turismo de Diamantina não aconteceu, fato que gerou uma sensação de certo fracasso e, ao mesmo tempo, aguçou a curiosidade em relação a problemática de pesquisa.

Mesmo a disponibilização do relatório na internet, em papel e até em CDs para algumas instituições; mesmo com a divulgação por e-mail e com as respostas positivas, com congratulações e/ou comentários formais acusando o recebimento e até mesmo as discussões pessoais tratando os resultados; a PDTD não gerava impacto ou transformação para o cotidiano do turismo de Diamantina e seus atores. Muitos dos documentos oficiais do *trade* turístico - em especial o Plano de Marketing desenvolvido em parceria da Prefeitura com a Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo (ADELTUR) e com o

escritório local do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) - não fizeram uso da PDTD como referência. Tampouco eram observadas ou reconhecidas as 'ações individuais' de meios de hospedagem ou agências de receptivo ou até da própria prefeitura que considerassem as recomendações indicadas ao final de cada relatório da PDTD, como diretriz turística a ser seguida pela localidade.

Considerando que não há oferta de curso *stricto sensu* de doutorado na área de Turismo em Minas Gerais, surgiu o interesse por buscar áreas das Ciências Sociais Aplicadas que pudessem responder ao cenário de pesquisa constituído e, ao mesmo tempo, que fossem ofertadas na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Nesse contexto, se deu a busca pelos estudos desenvolvidos em Ciência da Informação: no intuito de reelaborar o pensamento acerca das rotinas de trabalho, das abordagens empregadas, de ferramentas escolhidas para o fornecimento de informações organizadas que possam ser acessadas por possíveis usuários finais de modo a perceberem melhor sua importância e as utilizarem efetivamente. Dessa forma reconheceu-se que não se trata de buscar novas técnicas, mas, sim, um novo pensar, não só a informação bem como igualmente o sujeito a quem ela se destina, na busca pela promoção do impacto social por meio do desenvolvimento turístico. Se já tínhamos conhecimento acerca do papel da demanda turística no desenvolvimento do turismo, ampliamos nosso entendimento para o papel da informação neste processo. Não se trata de um caminho automático e sequencial, pois cada informação e cada público são únicos e precisam ser abordados enquanto sujeitos-parte de um determinado fluxo informacional existente ou passível de ser constituído. Assim, pode-se dizer que o desenvolvimento desta tese na área da Ciência da Informação sustenta-se pela afirmação de que essa área responde pela "formulação de sistemas significantes dos conteúdos registrados para fins de recuperação da informação" (TÁLAMO; SMIT, 2007, p.41). Ou seja, não foi suficiente utilizar os padrões de questões da OMT, gerar relatórios consistentes e disseminar sua existência entre os atores do turismo local. É preciso, também, verificar as formas de registro da informação que a PDTD gerou, a linguagem utilizada para isso e o contexto no qual tudo se desenvolveu. É importante mencionar que a relação entre a Universidade e a cidade de Diamantina como foco de interesse nos levou a buscar subsídios no Programa de Pós-graduação em Ciência Política da UFMG por meio de participação em uma disciplina, de forma isolada, denominada Teoria do Reconhecimento.

A atividade turística é bastante ampla, e gerou, ao longo dos anos, uma área de estudo própria. Uma vez que *atividade* e *estudo* são usualmente chamados 'turismo' e serão abordados nesta tese, propõe-se uma diferenciação de grafia. A partir dos estudos na área do **Turismo** – campo teórico de pesquisa social aplicada -, intenciona-se contribuir com o desenvolvimento do **turismo** – atividade socioeconômica contemporânea -, a qual envolve

áreas empresariais distintas, com infraestrutura básica implementada para determinado destino e atrativo turístico. Em segundo plano, aposta-se na possibilidade de contribuir para a consolidação da universidade como uma instituição que não se ocupe apenas da produção e estocagem de conteúdo, mas que considere a idoneidade acadêmica para conferir um selo de qualidade à pesquisa e às suas informações (SMIT, 2012). Além disso, a realização de pesquisas aplicadas que resultem em produtos e serviços para a sociedade é um desafio, posto que vão ao encontro da ponderação de Smit (2012, p.91): “aprofundamento da reflexão sobre a função (ou uso) das informações estocadas abre um campo fértil para pesquisas e debates, insuficientemente explorado”. Constata-se, nessa situação, o que pode-se considerar como uma das motivações da presente tese, a qual foca o caminho a ser percorrido para transformar informação em conhecimento, e colocar tais dados à disposição da comunidade na qual a UFVJM está inserida. Cabe a reflexão de que este não é um desafio exclusivo da PDTD, mas um processo contemporâneo das universidades brasileiras. Em seus estudos acerca dos serviços de informação e produção de conhecimento nas universidades, Fujino afirma que este novo ambiente exige:

Uma nova concepção para os Serviços de Informação fundamentados na revisão dos seus conceitos de tempo e espaço para a proposição de um modelo de mediação em que os fluxos de informação são intensificados para estimular a socialização dos conhecimentos que abrisse oportunidade para que estes saberes pudessem estabelecer maior sintonia com o campo da aplicação. (FUJINO, 2007, p. 230).

Logo, o tema do presente trabalho, o qual envolve esforços centrados na aplicação conjunta de duas áreas das Ciências Sociais Aplicadas, a Ciência da Informação e o Turismo, é constituído, conforme apontado no título, pelos ‘desafios do uso qualificado da informação em turismo: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG’, uma vez que as informações aqui trabalhadas e analisadas dizem respeito aos levantamentos regulares do perfil do turista que efetivamente frequenta a cidade de Diamantina/MG. Logo, cabe então, já na introdução, explicitar os conceitos que desenvolvemos ao longo da tese, embora sua construção será exposta mais adiante: **informação turística**, – usada por turistas em suas decisões de viagem; **informação em turismo**, utilizada para o desenvolvimento do turismo, ou seja, informações geradas pela PDTD.

Entende-se, nesse contexto, que o objeto do estudo possui duas vertentes, uma teórica e outra empírica. A teórica diz respeito à exploração de conteúdos da organização da informação que fomentem o uso dos relatórios de demanda turística real. Tais relatórios são a própria vertente empírica que apresenta um produto informacional voltado aos interesses do mercado turístico local. Estudos de Organização da Informação, com foco no uso dos dados resultantes do levantamento sobre perfil, expectativas e motivações dos turistas de

Diamantina/MG foram usados para o alcance dos objetivos da pesquisa. Novamente, nossa é importante destacar a compreensão acerca dos atores em turismo, ou seja, os usuários potenciais usuários de seus dados: o poder público local e estadual (*policymakers*), entidades diversas e empresários dos setores ligados ao lazer e hospitalidade (alimentos e bebidas, hospedagem, agenciamento de viagens, lojas de artesanato, associação de guias), entre outros.

Assim, a partir da compreensão da mediação da informação, buscou-se relacionar a organização dessas informações e a finalidade estratégica de dar uso efetivo ao conhecimento resultante dos processos acadêmicos para fomentar o desenvolvimento turístico local.

1.1 Problema

A Universidade é uma instituição produtora e detentora de informação e, em decorrência disso, deve organizá-la. Contudo, os saberes gerados por suas atividades, principalmente pelas atividades de pesquisa, não fazem necessariamente parte da vida cotidiana da sociedade, ainda que em muitos casos resultem em avanços ou na compreensão de problemas a ela relacionados. Entretanto, áreas aplicadas das ciências dialogam com a sociedade, haja vista ser tal diálogo parte de suas características fundamentais. Muito do conhecimento gerado nas universidades é diretamente aplicável à sociedade ou, em especial, ao mercado, como é o caso da Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e região. Richardson (2012) recorda que, ainda que tenha-se clareza sobre a pesquisa social como um benefício do pesquisador, não se pode perder de vista “que o objetivo último das Ciências Sociais é o desenvolvimento do ser humano. Portanto, a pesquisa social deve contribuir nessa direção. Seu objetivo imediato, porém, é a aquisição de conhecimento” (p.16).

Os levantamentos feitos pela PDTD para uso estratégico dos atores do turismo poderiam ter sido conduzidos pelo próprio setor privado, fato que infelizmente não ocorre no Brasil, “uma vez que diferentemente de outros países, as atividades de pesquisa são realizadas principalmente nas universidades e centros de pesquisa públicos” (FUJINO, 2007, p.226). Em países como a Espanha, por exemplo, institutos de pesquisa patrocinados por empresas são uma realidade, embora os dados estatísticos que produzem a acerca do turismo sejam usados no desenvolvimento de políticas públicas de Estado. Assim, a PDTD motivou o amplo levantamento de informações por parte de pesquisadores do Curso de Turismo da UFVJM, os quais tinham em vista um duplo viés: seu uso para o aprendizado e desenvolvimento acadêmico, e a possibilidade de oferecer à sociedade local indicações de

caminhos para o desenvolvimento turístico. Nesse contexto, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: Como disponibilizar os resultados da pesquisa sobre a demanda turística real em Diamantina de maneira a incentivar seu uso pelos atores locais em turismo?

A questão pode ser melhor visualizada no esquema a seguir, o qual apresenta a PDTD como um conjunto de informações coletadas pela UFVJM que devem ser apropriada pelos atores em turismo de Diamantina. A partir de tais dados estes atores podem criar estratégias que contribuam com o desenvolvimento turístico local. Entretanto, essas informações precisam ser organizadas de maneira a serem efetivamente utilizadas por estes potenciais usuários.

FIGURA 1 - Esquema do problema de pesquisa



Fonte: elaborado pela autora.

Em se tratando de uma pesquisa originalmente destinada a ser usada pela sociedade, especialmente por atores ligados ao desenvolvimento turístico local, considerou-se que quanto maior o envolvimento dos atores turísticos nas etapas de organização da pesquisa, maior uso eles fariam dela.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

➤ Explorar fundamentos de organização da informação que promovam o uso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina e região por parte dos atores do turismo como forma de apoiar o desenvolvimento turístico local.

1.2.2 Objetivos específicos

Os seguintes objetivos específicos devem ser alcançados para chegar-se ao objetivo geral:

- Identificar o lugar dado à informação nos estudos do Turismo de modo a estabelecer parâmetros para a compreensão da construção e uso dos sistemas e serviços de informação em turismo;
- Tratar da mediação da informação no que tange os fundamentos de organização da informação, para que ela possibilite a necessidade do uso dos relatórios da pesquisa em demanda turística real;
- Contextualizar Diamantina como um lugar da universidade pública, de turismo e de seus atores a fim de identificar seu *modus operandi* frente à atividade turística e às possíveis demandas por informação;
- Conhecer a relação entre os atores locais em turismo e a PDTD, assim como a forma como atuam enquanto usuários de informação;
- Reconhecer as limitações da organização da informação adotada na pesquisa de demanda turística real de Diamantina e região que possam ser melhoradas a fim alcançar-se o objetivo de apoiar o desenvolvimento turístico local.

1.3 Justificativa

O turismo possui um papel de destaque no desenvolvimento de diversos países e, por conseguinte, em suas políticas públicas. Ainda que, historicamente, todo o potencial desta atividade não tenha sido encarada pelo poder público brasileiro, nas últimas décadas, em especial desde 2003, o Governo Federal vem investindo no turismo, quando criou o Ministério do Turismo (MTur). O ministério atua diretamente nos planos de desenvolvimento, em ações de promoção e comercialização, na estruturação das políticas públicas do setor, na qualificação e em estudos de *marketing* no Brasil e no exterior.

Analisando o turismo como fenômeno social e acompanhando as transformações científicas contemporâneas, pode-se afirmar que, nesse contexto, o próprio Turismo se veste de ciência e que a informação deve ser cientificamente organizada. De acordo com Shera (1980 citado por SMIT, 2009, p.63), “a Ciência da Informação foi constituída como uma ciência aplicada, recorrendo a teorias desenvolvidas por outras áreas do conhecimento e, de acordo com alguns autores, fundada na prática profissional”. Por sua vez, o Turismo começou a ser visto como um fenômeno a ser estudado a partir do século passado, e foi incorporado como objeto de pesquisa a áreas então mais consolidadas.

A pós-modernidade ampliou áreas como o Turismo, as quais passaram a gerar interesse científico e discussões interdisciplinares já abordadas em artigo recente (MEDAGLIA e ORTEGA, 2015). Smit, Tálamo e Kobashi (2004, p.2) afirmam que o percurso entre modernidade, a disciplinarização para a pós-modernidade e a interdisciplinaridade se deu de forma tão veloz e intensa “que diversos domínios, dentre os quais o da Ciência da Informação, estabeleceram-se pontualmente, em sincronia, não tendo empreendido a reflexão sobre o próprio trajeto de sua constituição”. O Turismo também está no rol dos assim chamados ‘domínios’, dado seu status de objeto de pesquisa de outras áreas, conforme já citado. Programas de pós-graduação em Turismo no Brasil são exemplos desta questão, embora o reduzido número passa a falsa impressão de que o Turismo não é pesquisado nesse nível. Tal afirmativa é desbancada pela busca do termo Turismo nos repositórios de outras áreas de conhecimento do Portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), nos quais o tema segue sendo tratado; ou seja, o Turismo como objeto de estudo continua sendo pesquisado por outras disciplinas, embora sejam poucos os programas da própria área. A quantidade de profissionais oriundos de outras áreas que integram esses programas e de autores que escrevem sobre a eles baseados no ponto de vista de suas disciplinas originais é outro fato relevante.

Em seus estudos acerca da interdisciplinaridade, Pombo (2005, p.5) detectou que os prefixos combinados nos estudos das disciplinas apontam para “uma tentativa de romper o carácter estanque das disciplinas”. No primeiro nível, as disciplinas são colocadas lado a lado, em torno de um mesmo objeto, formando-se assim a multi- ou pluridisciplinaridade. No segundo nível, as disciplinas saem do paralelismo e se tocam, interagem e discutem, o que caracteriza a interdisciplinaridade. No terceiro nível, essas disciplinas rompem suas próprias barreiras e transcendem umas às outras, para chegar, finalmente, à transdisciplinaridade. A similaridade entre Turismo e Ciência da Informação é observada através da característica do processo de integração disciplinar em torno de um mesmo objeto. Ainda de acordo com Pombo (1994, p.12), “a pluridisciplinaridade seria o pólo mínimo de integração disciplinar, a transdisciplinaridade o pólo máximo e a interdisciplinaridade o conjunto das múltiplas variações possíveis entre os dois extremos”. Logo, há que se buscar caminhos que evitem a entregar à mera descrição e junção operacional entre conhecimentos, ou seja, é preciso manter o foco no objeto de pesquisa para ao menos alcançar a interdisciplinaridade em torno do próprio objeto.

Pode-se dizer que o mesmo ocorre com qualquer pesquisa entorno do fenômeno turístico, dado seu caráter multi e interdisciplinar, o qual atrai o interesse de pesquisadores de várias disciplinas, entre elas: *Marketing*, Economia, Geografia, Administração de

Empresas, Sociologia, Antropologia, as Ciências políticas, entre outras. É possível encontrar pesquisas e projetos que apresentam a atividade turística como objeto, em todas estas áreas.

Outra proximidade entre as áreas de Turismo e Ciência da Informação é o menor rigor científico na busca por interlocuções com outras áreas. Smit, Tálamo e Kobashi (2004) citam que há um alto índice de 'noções emprestadas' de outras ciências e incorporadas ao discurso da Ciência da Informação. Tal processo leva a uma "interdisciplinaridade formal, que não reflete a interdisciplinaridade real, mas um 'empréstimo' de termos de outras áreas, sem que tenha havido uma adaptação dos conceitos aos propósitos da área" (SMIT, 2009, p.64). A partir dos estudos de Pombo (1994, 2005), essa constatação parece configurar uma maior multidisciplinaridade, ou seja, a junção lado a lado de muitas disciplinas, do que o encontro promovido pela interdisciplinaridade com o objetivo de alcançar a transdisciplinaridade.

O mesmo panorama é encontrado no Turismo; embora seu corpo de conhecimento não seja ainda satisfatório, ele vivencia empréstimos de outras áreas, muitas vezes abordados de forma fragmentada, centrados no ponto de vista econômico (a atividade turística gera deslocamento de recursos financeiros em todo o mundo) ou no panorama social (as consequências do deslocamento de recursos financeiros e de pessoas geram impactos nas comunidades onde o turismo acontece). Barretto (2003) afirma que sendo o fator 'negócio' apenas uma parte do fenômeno turístico, analisá-lo somente a partir dos paradigmas econômicos leva ao esquecimento da dimensão antropológica, pois os turistas não são vistos como pessoas, mas como simples portadores de dinheiro. Contudo, investigar o Turismo unicamente a partir das dimensões socioantropológica e ambiental caracteriza uma visão romântica e descontextualizada da sociedade contemporânea. Logo, é possível afirmar que tanto a Ciência da Informação quanto o Turismo parecem buscar um corpo de conhecimento que possa ser reconhecido como próprio, e que identifique-as, fato que envolve o contexto econômico e social no qual estão inseridas.

Informação e tomada de decisão não podem ser dissociadas da dinâmica sistêmica da atividade turística. De forma mais objetiva, é possível exemplificar através do mercado de viagens, o qual lida com incalculáveis bancos de dados; ou ainda, por meio de informações da área pública resultantes de diversas fontes usadas para fins turísticos; ou até mesmo através da produção de informações sobre destinos que compõem guias de viagens, entre outros. Assim, o estudo sobre a demanda turística é vital para o êxito dos destinos turísticos, seja para a adequação da oferta às demandas e desejos de seus consumidores, seja para a produção de produtos e serviços em quantidade real para garantir a rentabilidade de determinada empresa ou organização (MEDAGLIA, 2005).

Pode-se dizer que a qualidade da organização das informações oriundas de levantamentos de dados, assim como dos serviços e produtos elaborados, influenciarão o uso de tais informações pelos tomadores de decisão. A linguagem inadequada também é uma barreira, principalmente quando “o demandante é a empresa e o ofertante é a universidade, devido a diferença de códigos de comunicação” (FUJINO, 2007, p.231). Mais do que de dificultar o uso da informação, tal barreira limita a compreensão da própria informação. Entende-se que “a informação só adquire sentido quando é apropriada pelos indivíduos: sua estocagem e disponibilização não são suficientes para produzir alterações de conhecimento” (LARA, 1998, p.99). Essa reflexão aponta para questões a serem pensadas à luz do problema foco da presente tese, pois o pouco uso das informações disponibilizadas pela PDTD supostamente foi gerado pela não apropriação delas, fato que motivou a condução da presente pesquisa. Ainda que os resultados da PDTD tenham sido amplamente divulgados, construídos a partir de critérios internacionais (OMT, 2004) e que suas informações sejam valiosas tanto para a aquisição de conhecimentos por parte dos representantes do meio acadêmico, quanto para a consolidação de parcerias e a contribuição da Universidade para a sociedade local, seu uso se mostrou limitado. Considerando que a seleção de informações não é neutra, mas direcionada por objetivos institucionais, pode-se dizer que a Universidade, ao menos no caso em questão, tem apresentado informações que são mais caras à sociedade do que ao mercado e à sociedade de Diamantina. Em outras palavras, as informações acerca da demanda turística real são mais interessantes para o trabalho do Curso de Turismo da UFVJM do que para a comunidade local de Diamantina e região.

1.4 Percurso metodológico

A proposta de trabalhar áreas das Ciências Sociais Aplicadas de forma conjunta parece factível em um primeiro momento, o que não significa que aplicar métodos da Ciência da Informação à realidade concreta do Turismo não seja um processo desafiador. Paralelamente ao desenvolvimento do turismo como fenômeno social e econômico, está o desenvolvimento da ciência no contexto da pós-modernidade, o qual coloca paradigmas na berlinda. Esse processo se deu a partir das realidades que cercam as pesquisas; assim, de acordo com Bourdieu *et al* (1999, p.24):

Pelo fato de que, no momento da observação ou experimentação, o sociólogo estabelece uma relação com o objeto que, enquanto relação social, nunca é puro conhecimento, os dados apresentam-se-lhe como configurações vivas, singulares e, em poucas palavras, humanas demais, que tendem a se impor como estruturas do objeto.

Além da discussão sobre o comprometimento e a sinergia com o objeto e suas relações sociais, Bulmer (1978 citado por MINAYO, 2014) questiona a classificação tradicional que divide a pesquisa em 'pura' e 'aplicada'. Ele considera que pesquisas teóricas apresentam consequências para a realidade, ao mesmo tempo em que pesquisas aplicadas necessitam de um arcabouço teórico para sua realização.

Assim, o aqui descrito **estudo de caso** buscou descrever a PDTD a partir de seus relatórios e da realidade na qual aconteceu. De acordo com Gil (2009), a proposta de delinear a pesquisa por meio de estudo de caso está respaldada, por é um estudo profundo que não separa o aqui tratado fenômeno contemporâneo de seu contexto. A opção foi feita por partir de uma pesquisa exploratória, pois não foram encontrados estudos que tratassem direta ou indiretamente de Organização da Informação em Turismo e Estudos de Demanda Turismo nas referências pesquisadas das áreas de Ciência da Informação e de Turismo. Segundo Richardson (2012) este tipo de pesquisa é utilizado quando o pesquisador está começando o estudo de determinado tema, como o caso em questão. A **pesquisa exploratória** foi subdividida em **quatro etapas; quarta**, e última, etapa do estudo de caso consistiu em uma **pesquisa descritiva**. Todas as quatro etapas do estudo de caso serão apresentadas a seguir.

A **primeira etapa** da pesquisa foi o levantamento bibliográfico de autores e a pesquisa de referências de ambas áreas com foco em artigos publicados em revistas científicas tanto da Ciência da Informação quanto do Turismo. O corpo teórico da Ciência da Informação centrou olhar na organização da informação no contexto da mediação da informação, o que levou obrigou o aprofundamento nas questões de linguagem. A busca na área de Turismo deu-se através de publicações que pudessem auxiliar na compreensão sobre a demanda e de informações em turismo. Assim, entre agosto de 2013 e maio de 2015, tempo de duração da presente pesquisa, os descritores 'mediação da informação' (*information mediation*), 'informação turística' (*touristic information*), 'informação em turismo' (*information in tourism*), 'demanda turística' (*tourism demand*) e Diamantina/MG foram pesquisados nos seguintes diretórios: Directory of Open Access Journals (DOAJ); Scientific Electronic Library Online (SciELO); Portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDBTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBCT). A tabela abaixo é um resultado de tal levantamento:

TABELA 1 - Diretórios consultados

Diretório	Sigla	Recuperados	Analizados	Utilizados
<i>Directory of Open Access Journals</i>	DOAJ	199	15	7
<i>Scientific Electronic Library Online</i>	SciELO	101	11	6
<i>Portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior</i>	CAPES	249	10	7
<i>Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações</i>	BDBTD	154	14	4

Fonte: Elaboração própria

A recuperação de publicações foi globalmente significativa; contudo, os trabalhos efetivamente relacionados ao tema estiveram em número bastante reduzido, além de muitas estarem repetidos em diferentes diretórios.

A **segunda etapa** é o resultado da orientação dada pela banca de qualificação, a saber: a realização de uma pesquisa qualitativa por meio de entrevistas com os atores em turismo de Diamantina, a qual aconteceu em janeiro de 2016. De acordo com Minayo e Sanches (1993 citados por BRAGA, 2007, p.28) a metodologia qualitativa

trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões e adequa-se a aprofundar a complexidade dos fenômenos, fatos e processos particulares e específicos de grupos mais ou menos delimitados em extensão e capazes de serem abrangidos intensamente.

Para tanto, membros do Conselho Municipal de Turismo (COMTur) de Diamantina representantes de diferentes áreas que compõem o Conselho foram entrevistados. Assim, eles foram inseridos como sujeitos no processo de análise das informações geradas pela PDTD, as quais deveriam ser uma ferramenta para a promoção do desenvolvimento turístico.

Os resultados da pesquisa qualitativa foram confrontados com a teoria estudada para o início da **terceira etapa**. A revisão de literatura foi retomada através da busca por novas referências ao longo do primeiro semestre de 2016. Praticamente os mesmos termos (mediação da informação, informação em turismo e demanda turística, acrescidos de linguagem de especialidade e produção de sentido) foram pesquisados no *website* de recuperação de artigos científicos 'Publicações de Turismo', assim como na Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI). O primeiro *website* é referência para a área de Turismo, pois os periódicos da área não estão presentes no portal CAPES, ou em outras formas sistematizadas e de amplo acesso - este *website* é de responsabilidade de um docente pesquisador independente, o Professor Doutor Glauber Eduardo Santos, do Curso de Turismo da Universidade de São Paulo (USP) (SANTOS, s/d). A BRAPCI é referência para a área da Ciência da Informação, e é de responsabilidade da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Foram encontrados 80 artigos no 'Publicações em Turismo', dos quais 5 foram efetivamente utilizados; e cerca de 200 artigos foram coletados

na BRAPCI, dos quais apenas 13 eram inéditos e efetivamente utilizados. Além disso, a partir dos artigos encontrados, bem de indicação da orientadora, dissertações e teses da área de Ciência da Informação também foram usadas.

Cabe ainda destacar a importância da revisão de literatura e da análise crítica acerca de Diamantina/MG, de sua história e de seu *modus operandi* como caminho para compreender a realidade na qual o problema abordado pela pesquisa acontece.

A **quarta etapa** da pesquisa foi descritiva, pois analisou-se a PDTD frente aos desafios de seu uso qualificado a partir dos relatórios gerados por ela, dos resultados das entrevistas com os atores em turismo de Diamantina e da análise do quadro teórico construído (BRAGA, 2007). Dessa forma, analisaram-se os relatórios da PDTD a partir da teoria estudada, ao levar-se em consideração o material coletado e sua limitada apropriação por parte dos potenciais usuários. O objetivo da pesquisa era indicar caminhos que favorecessem a mediação destas informações para transformá-las em conhecimento e, assim, criar condições para o desenvolvimento turístico local.

Portanto, a intenção era aprofundar na teoria das disciplinas; pois a apropriação entre áreas decorre da percepção da necessidade de mediar a informação disponível e de acumulá-la a ponto de oferecer condições para que seja transformada em conhecimento pelos sujeitos-usuários. Tal processo apoia-se na ideia de que “o desenvolvimento de linguagens para a organização e transferência de informação baseadas em procedimentos documentários e terminológicos pode responder de forma mais eficiente à função mediadora” (LARA, 1998, p.104). Isso só foi possível a partir da pesquisa qualitativa realizada na segunda etapa do estudo e contextualizada ao corpo teórico apresentado e atrelada à realidade contemporânea na qual se encontra o problema foco da presente pesquisa. Este foi o caminho usado na busca de conteúdos sobre a organização da informação e, conseqüentemente, para alcançar os objetivos propostos apresentados anteriormente.

Este capítulo se encerra com a Estrutura da Tese para facilitar a compreensão do que foi apresentado até o momento.

1.5 Estrutura da tese

A tese inicia-se com as discussões e as bases introdutórias da realização da pesquisa. Os objetivos, o problema, a justificativa e a metodologia tratados no capítulo 1 nortearam todos os capítulos seguintes, com destaque para a contextualização da realidade na qual foi desenvolvida a Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região e, conseqüentemente, para as vivências e indagações de pesquisa que levaram a realização da tese.

O segundo capítulo aborda o Estudo do Fenômeno Turístico, começando por seu histórico, passando por suas definições usuais e aportando na discussão sobre sua construção epistemológica e paradigma sistêmico. O capítulo também aborda um panorama do ambiente, do mercado e das políticas públicas em turismo com o intuito de apresentar a composição da oferta turística e, especialmente, o estudo da demanda turística. Depois o texto aborda a tomada de decisão em turismo até, finalmente, chegar à Informação em Turismo.

O terceiro capítulo, intitulado Elementos da Organização da Informação, estabelece a compreensão dos elementos da Ciência da Informação oriundos da busca pelo problema foco da pesquisa. O capítulo começa com reflexões acerca da mediação da informação, além de contemplar os usuários, percorrer o fluxo informacional. Contudo, detém-se na informação estatística para chegar aos aspectos da linguagem na organização da informação ao apresentar terminologias e a produção de sentido, além mencionar a disseminação da informação.

O quarto capítulo introduz a Pesquisa sobre Demanda Turística em Diamantina e Região como pesquisa empírica ao considerar Diamantina, e a UFVJM, como os contextos onde ela foi realizada, além de endereçar a realidade cotidiana dos possíveis usuários dos dados coletados por ela. O capítulo também apresenta a pesquisa qualitativa realizada com os membros do COMTur e destaca suas falas e percepções. As análises da PDTD e de seus relatórios foram realizadas à luz das teorias estudadas.

O quinto capítulo é composto pelas Considerações Finais, as quais respondem aos objetivos estabelecidos e indicam outras possibilidades de pesquisa geradas pelos resultados apresentados na presente tese, bem como caminhos para disponibilizar de forma eficiente estes resultados aos envolvidos com o turismo local.

Por fim, o leitor encontra disponíveis as referências utilizadas, bem como os apêndices e anexos mencionados ao longo do texto.

O esquema seguinte visa sistematizar os objetivos da tese, por meio do encadeamento de capítulos, a fim de proporcionar uma visão ampla dela.

FIGURA 2 - Correlação entre objetivos e capítulos



Fonte: Elaborado pela autora

2 O ESTUDO DO FENÔMENO TURÍSTICO

Este capítulo apresenta as bases teóricas dos estudos turísticos com foco na composição sistêmica do fenômeno como caminho para apontar as possíveis contribuições da Pesquisa sobre Demanda Turística em Diamantina e Região para o desenvolvimento turístico local. Ao final, o texto aborda diretamente a Informação em Turismo.

2.1 O contexto histórico do turismo

A capacidade e necessidade de viajar sempre foram características marcantes da humanidade. Blainey (2008) descreve a história da ocupação do planeta pela raça humana nos últimos milhares de anos a partir do êxodo do continente africano e da conquista dos confins do mundo. É verdade que esses movimentos não foram motivados pelo que convencionou-se posteriormente como Turismo, o qual atualmente certamente baseia-se na característica humana de mover-se em busca de outros lugares. É interessante refletir sobre o que transformou-se a característica humana de movimentar-se: uma indústria global que movimenta bilhões em recursos financeiros em quase todos os países.

Vários autores da área de Turismo têm se dedicado a contar a história da atividade turística (MILIO BALANZA e CABO NADAL, 2003; REJOWSKY *et al* 2005; DIAS, 2011). Acerenza (1991), por exemplo, faz um apanhado desde o lazer dos babilônios até as histórias dos gregos sobre sua vocação para a viagem, além de passar pela sociedade romana e a presença do lazer e do veranismo nela. O autor ainda reitera a importância do chamado *Grand Tour*¹ na formação de aristocratas do século XVI, o qual mais tarde gerou o termo **turismo**, também incorporado a outros idiomas. Rejowsky *et al* (2005) destacam o marco das viagens organizadas por Thomas Cook, nos anos 1840. Cook foi considerado o primeiro agente de viagens na Inglaterra, enquanto Well criou a American Express Company nos Estados Unidos, em meados de 1850.

Embora as viagens tenham sido frequentes ao longo da história, o interesse por seus impactos somente veio a se tornar objeto de estudo no século XIX, e ganhou importância real no século passado. Isso significa que o Turismo moderno partir é

¹ “No final do Renascimento, no século XVI, surgiu o costume entre os ingleses de enviar seus filhos para fazer uma grande viagem ao continente a fim de complementar seus estudos e adquirir experiência pessoal. Esta viagem tinha uma longa duração, entre 3 e 5 anos, motivo pelo qual era chamada de *grand tour*, de onde teriam surgido os primeiros turistas como hoje os conhecemos” (MILIO BALANZA e CABO NADAL, 2003, p.15).

contemporâneo da revolução industrial, está relacionado aos avanços tecnológicos no domínio dos transportes, pois permitiram maior regularidade às viagens. Segundo Valls (2003), depois do navio a vapor, a malha ferroviária se espalhou pelo Ocidente tecendo uma rede de viagens.

No entanto, a revolução industrial não só gerou os meios para o desenvolvimento, mas criou razões que levam as pessoas a quererem, e até mesmo necessitarem, de viagens para lazer. A Revolução Industrial, após a agricultura e pecuária, e pela primeira vez na história da humanidade, fez com que repensar o trabalho significasse repensar e reorganizar a vida (DE MASI, 1999). Este processo resultou em mudanças significativas na estrutura de poder na sociedade e, também no acesso a viagens, pois uma das principais alterações decorrentes desse novo modo de vida foi a mudança nos períodos de lazer e trabalho, que passaram a ser mais regrados na indústria do que nas atividades de agricultura e pecuária.

Desde o século XIX as atividades de veranismo, que segundo Esteve Secall (1983) precedem o conceito de férias, já haviam migrado da aristocracia para a burguesia. A somada entre progresso tecnológico e transformação do trabalho possibilitou o acesso gradual da recém-criada classe média ao mundo das viagens; o que deu início à inclusão das classes 'mais comuns' no cenário do turismo.

O aumento das possibilidades de viagem coincide com o desenvolvimento do capitalismo industrial; as viagens internacionais dentro da Europa experimentaram um pequeno crescimento, o qual foi interrompido pela Primeira Guerra Mundial e a consequente mudança no mapa europeu. Os benefícios do turismo aumentam no período pós guerra dada a invenção e a popularização do automóvel. Segundo Barretto (2014), os anos entre 1920 e 1940 transformaram-se na era do automóvel e do transporte rodoviário em geral.

Ainda que no período entre grandes guerras o turismo internacional, especialmente o europeu, tenha perdido forças, o interesse dos países em visitantes estrangeiros ganhou fôlego devido a uma nova organização das Nações Unidas e da atualização das regras de relação internacional. A necessidade de atrair moedas fortes resultante das alterações nos padrões de câmbio, juntamente com o período de crise subsequente às guerras, intensificou o interesse pelo chamado turismo receptivo. As crises pós guerra foram marcadas pela criação das primeiras organizações internacionais de turismo, bem como pelo surgimento da necessidade de definir quem eram os viajantes 'desejáveis' (SILVEIRA e MEDAGLIA, 2006).

Os padrões de passaportes e vistos passaram a ser usados com maior frequência no cenário internacional, e as classes de viajantes tornaram-se mais bem definidas. Diversos países adotaram a tendência iniciada pelo governo britânico, o qual

adotou o passaporte em 1915 para controlar o tráfego de turistas em seu território (OLIVEIRA, 2001). Assim, os visitantes bem-vindos eram aqueles vindos do exterior com recursos suficientes para permanecer por algum tempo. No entanto, como neste momento viajar já não era mais necessariamente uma prerrogativa das classes mais altas e abastadas, o tempo destinado a viagens deveria ser limitado; logo, os vistos para viajantes passaram a deixar clara tal limitação de tempo. A melhor maneira de diferenciar visitantes de imigrantes em busca de emprego era a definição das classes de viajantes. Surgem nessa época as definições de turismo adotadas pela literatura da área; frequentemente, palavras como 'internacional', 'por razões não relacionadas a trabalho', 'temporário' e 'voluntário' passaram a definir conceitos de turismo e turista (OMT, 1995).

A Segunda Guerra Mundial foi um período importante no progresso histórico do turismo, em especial, no avanço do turismo de massa decorrente dos processos de industrialização adotados a partir de então e da ascensão tecnológica percebida no período (MEDAGLIA e SILVEIRA, 2010).

De carros a aviões de grande porte, das compras a crédito ou parceladas, até agências e operadoras que intermediavam vendas de serviços de transporte e acomodações, tudo facilitou o avanço do turismo, e seu novo status na indústria global. Praxedes (2001) menciona a interdependência econômica mundial ditada pelos grandes conglomerados de empresas multinacionais que dominavam a tecnologia e a pesquisa no período pós-guerra. Trigo (2003) acrescenta a essa nova onda capitalista, a polarização do planeta entre bloco capitalista e socialista, e, mais adiante, as mudanças após o fim do período colonial europeu na África e na Ásia. Tais eventos contextualizam o momento do continente europeu e ajudam na compreensão de como o turismo foi exportado para o mundo baseado na perspectiva da importância do turismo europeu para a formação do pensamento turístico internacional.

O avanço do sistema capitalista, e sua influência sobre as grandes empresas do setor de turismo, foram notados na incorporação da economia de escala ao modo de produção e consumo do turismo. O aumento da produção barateou o preço dos pacotes e fez com que as viagens e o serviço de intermediação das agências se popularizassem, gerando assim o chamado turismo de massa. Durante o período pós-guerra "os grandes operadores de turismo lançaram no mercado milhões de pacotes de viagens 'tudo incluso' (quando todos os serviços requeridos pelo usuário são vendidos por um preço global) ao utilizarem voos *charter* a preços muito acessíveis". (MILIO BALANZA; CABO NADAL 2003, p. 23). Também é verdade que o turismo de massa desempenhou um papel ideológico no capitalismo, pois teve uma dupla função: a primeira, e mais comumente citada, relacionada à necessidade de entretenimento e de evasão para recuperação da energia e força

produtivas (URRY,1990 citado por BARRETTO *et al*, 2004); a segunda, pesquisada por Esteve Secall (1983), a função integradora ligada ao capitalismo europeu, para a qual o turismo contribuiu na formação da Comunidade Europeia, na geração de uma aproximação entre as diferentes culturas presentes no continente, bem como para o sentimento de um contexto maior que seu próprio país.

Na verdade, o turismo não se desenvolveu por razões próprias, mas a partir do contexto no qual está inserido, ele é fruto da sociedade atual e da chamada pós-modernidade (KRIPPENDORF, 2003). Por isso, a forma para observar e estudar o fenômeno 'Turismo' suscitou diferentes pontos de vista em diversos especialistas. Paralelamente às transformações no capitalismo e na sociedade, as Ciências Sociais e Humanas tornaram-se mais respeitadas, assim como fenômenos como o Turismo tornaram-se objeto de estudo das mais diversas áreas científicas. Essa multidisciplinaridade dá ao Turismo diversas definições, o que é, possivelmente, um dos pontos de partida na difícil busca por um acordo sobre a natureza do estudo sobre Turismo e sua caracterização como área, disciplina ou campo de estudo.

2.2 Definições usuais de Turismo

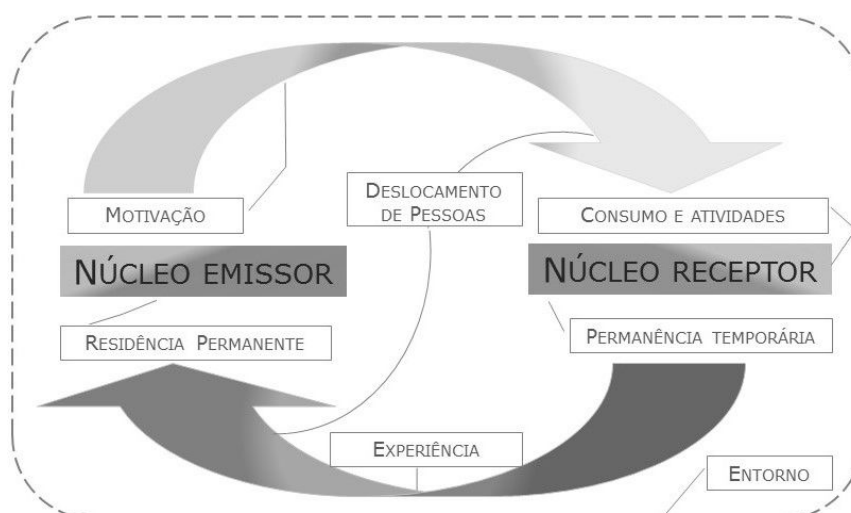
Há uma variedade de áreas que tentam definir 'Turismo' ao incorporar os estudos ou o interesse por ele. Panosso Netto (2005) separa o estudo da atividade turística em diversas fases, começando no momento quando o Turismo era um fenômeno observado por diversas áreas e definido com base nos corpos teóricos delas, como parte de seus estudos. O interesse de cada área costumava ditar os aspectos mais interessantes das definições da atividade turística. Habitualmente, até meados do século passado, tais definições demonstravam grande preocupação com a migração temporária, especialmente ao exterior, e com o deslocamento de capital por meio de pessoas em atividade de lazer. Os objetivos da viagem também costumavam influenciar os tipos de atividades consideradas na construção dos **conceitos de Turismo**.

O primeiro conceito formal adotado em estudos sobre Turismo foi elaborado por Schattenhofen (1911 citado por BARRETTO, 2014, p.7) "turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado". Nos anos seguintes, outros autores discutiram o caráter das viagens de lazer, alguns abordaram questões profissionais. Contudo as viagens voluntárias a locais distintos aos de residência habitual, como destaca Barretto (2014), elencaram diversos conceitos formais ao longo do século XX. Já no final desse século, por exemplo, Ryan (1991, p.5)

desenvolveu uma definição diferente de Turismo que apresentava maior inclinação para aspectos econômicos ao considera-lo "um estudo da demanda de fornecimento de alojamento e serviços de apoio para aqueles que estão longe de casa, e os correspondentes padrões de gastos, geração de renda e emprego". A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1995), juntamente com seus principais membros, atualizou a definição de 'Turismo' durante uma de suas conferências mundiais: "o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros". Dado o peso de seu proponente, possivelmente, a definição acima se tornou o conceito mais difundido de Turismo. A abordagem de um significado padrão para as inter-relações de turismo em uma análise mais ampla é realizada por Tribe (1997), que considera 'Turismo' a soma entre os fenômenos e relações decorrentes da interação entre as regiões de origem e destino dos turistas, fornecedores comerciais, governos, comunidades e ambientes. Cabe refletir que, tanto as 'atividades realizadas', quanto os 'fenômenos e relações decorrentes da interação' mencionados nos conceitos apresentados dizem respeito a questões não tangíveis baseadas principalmente em serviços. Tais serviços, por sua vez, são realizados e consumidos simultaneamente; o turismo fora do local de residência habitual do cliente implica contratações anteriores à sua realização para que sejam fornecidos. A percepção acerca da importância do processo informacional para a atividade turística deriva, assim, da produção de serviços.

Embora as definições mais aceitas e usuais de Turismo tenham pontos de vista próprios, elas tendem a concordar em alguns temas representados na figura abaixo:

FIGURA 3 - Esquema teórico da atividade turística



Fonte: Silveira (2009, p.29)

No centro da atividade apresentada figura apresentada está o elemento humano, e seu deslocamento espontâneo em ambiente habitual, o chamado núcleo emissor, o qual é movido por uma variada gama de desejos que compõem a 'Motivação' para viajar. O movimento de viagem se dá em direção a um núcleo receptor, onde a estadia do viajante será temporária ele realizará suas atividades como turista. Embora o consumo nestes locais, e os desdobramentos econômicos da atividade turística, sejam, geralmente, a razão pela qual os governos locais, e a iniciativa privada, busquem desenvolver o turismo, sob o ponto de vista do viajante, os principais resultados da sua viagem são as experiências vividas nesses locais e adicionadas às suas memórias pessoais.

Conforme menciona Silveira (2009, p.27), a partir de uma visão mais concisa, "o turismo seria simplesmente a experiência de pessoas que visitam temporariamente um lugar diferente de onde vivem, por sua própria vontade e voltam para casa com novas sensações, memórias ou outras alterações resultantes da interação com as pessoas, culturas e ambientes diferentes". Certamente, o número de turistas responsáveis e comprometidos com os destinos que visitam está crescendo; contudo, o fato desse deslocamento de pessoas dar origem ao movimento do capital, o desenvolvimento local, e as mudanças estruturais, sociais ou ambientais, na maioria das vezes não está presente nos pensamentos dos turistas, ou seja, os turistas não levam estas questões em consideração quando decidem viajar. Turistas focados em tais interpretações, que levam estes fatores em conta ou que tentam explicar o Turismo com base neles (circulação de capitais, geração de empregos, desenvolvimento local, etc.), são estudiosos e interessados na oferta, especialmente nos núcleos receptores, do setor público ou privado. Contudo, conforme mencionado na Justificativa do primeiro capítulo, o estudo epistemológico do fenômeno turístico requer uma visão holística e não fragmentada.

Dessa forma, pode-se dizer que questões sociais, econômicas, geográficas, ambientais, antropológicas, e muitas outras, podem influenciar, e devem compor, estudos sobre Turismo. Não obstante, ao longo dos anos em que o Turismo vem sendo estudado pelas áreas já mencionadas, esforços têm sido feitos para concretizar esta atividade, a qual tornou-se uma realidade que a ciência procura explicar. Nesse sentido, Tribe (1997) destaca três abordagens da pesquisa sobre Turismo: o deslocar-se voluntário e regresso ao lugar de origem; o corpo ou objeto de estudo que se pretende um dia ser uma área ou uma ciência chamada pelo autor de Estudos de Turismo; o ensino formal do Turismo chamado por Tribe (1997) de Educação e Formação em Turismo. Já Lohmann e Panosso Netto (2008) afirmam que os estudos focados em construir uma epistemologia do Turismo ganharam força a partir da década de 1990; antes disso o foco das pesquisas era a gestão, o planejamento e as políticas públicas do Turismo.

No Brasil, Ainda que estudos de diferentes autores no Brasil, como por exemplo Barretto (1995) e seu “Manual de iniciação ao estudo do turismo”, tenham investigado o tema, somente em 2005 Panosso Netto (2005) publicou a obra “Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia”, baseada em sua tese de doutorado. Por meio da fenomenologia, e ao abordar o estudo do Turismo em diferentes fases, o autor realizou uma releitura de diferentes correntes teóricas do Turismo ao centralizar a atividade turística no homem enquanto sujeito e objeto do Turismo. O autor objetivou fazer com que o fenômeno turístico criasse “pleno significado perante o turista, a comunidade receptora e a sociedade a que pertence” (PANOSSO NETTO, 2005, p.20). Tal visão sobre a busca por uma construção epistemológica do Turismo é encontrada em outra obra do autor, a qual foi escrita em parceria com o pesquisador mexicano Castillo Nechar. Os autores afirmam que o estudo multifacetado do Turismo requer o reconhecimento de que o homem em sociedade deve ser o centro de sua análise (CASTILLO NECHAR; PANOSSO NETTO, 2010).

Ao retomar a obra referência na área, Panosso Netto (2005) estabeleceu três fases para a epistemologia do Turismo: **Pré-Paradigmática**, aborda os autores que iniciaram a discussão teórica do Turismo e serviram de base para que outros pesquisadores avançassem em suas investigações; **Paradigmática**, criado o paradigma dos estudos do Turismo - **Sistema de Turismo**, discutida nos próximos parágrafos. Embora o Sistema de Turismo seja a teoria mais difundida, ela não é aceita de forma unânime no universo acadêmico, mas originou outras propostas que vem sendo discutidas na epistemologia do Turismo; **Novas Abordagens**, aponta para o fato de que nenhuma outra teoria obteve o alcance do Sistema de Turismo. Logo, o próprio autor afirma que:

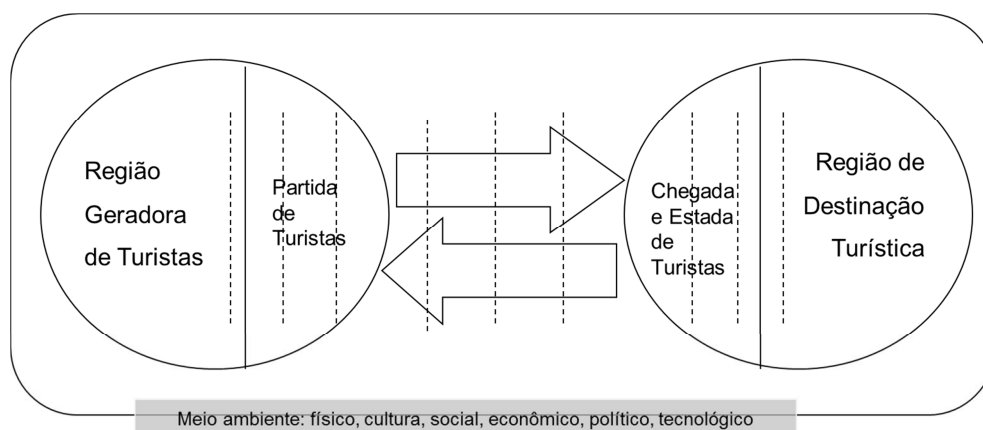
Em nosso entender, o turismo (ainda) se constitui em um campo de estudos de outras ciências, que não apresenta método de pesquisa nem objetos definidos, pois não possui corpo teórico conceitual que lhe permita ascender ao *status* de disciplina (ciência), com método de investigação e objeto de pesquisa próprios (PANOSSO NETTO, 2005, p.41).

Entretanto, como explicado no parágrafo anterior, o Sistema de Turismo foi a teoria mais difundida entre as que buscam compreender o Turismo, por isso é apresentada nos próximos parágrafos. Além disso, foi a escolha teórico para a discussão sobre Turismo destacada na presente tese, pois trata-se de uma abordagem epistemológica que compreende, envolve, reflete e discute a dimensão mercadológica do Turismo. Além do mais, ela também compõe o cerne desta pesquisa ao abordar a demanda turística real no contexto da pesquisa aplicada.

Assim, ao retomar a fase Paradigmática do Turismo, alguns especialistas de origem anglo-saxônica, ou que escrevem em língua inglesa, tornaram-se muito conhecidos, entre eles destaca-se Leiper, pioneiro na definição de um sistema exclusivamente de

Turismo. Tal pesquisador definiu 'Turismo' como o sistema que compreende viagens esporádicas, e de estada temporária, para longe do local de residência habitual, por uma ou mais noites, com exceção de viagens que têm como objetivo principal obter remuneração no destino (LEIPER, 1979 citado por PANOSSO NETTO, 2005). A descrição dessa definição, chamada modelo referencial, apresenta-se como segue:

FIGURA 4 - Sistema turístico de Neil Leiper



Fonte: Leiper (1979, citado por Panosso Netto, 2005, p. 63)

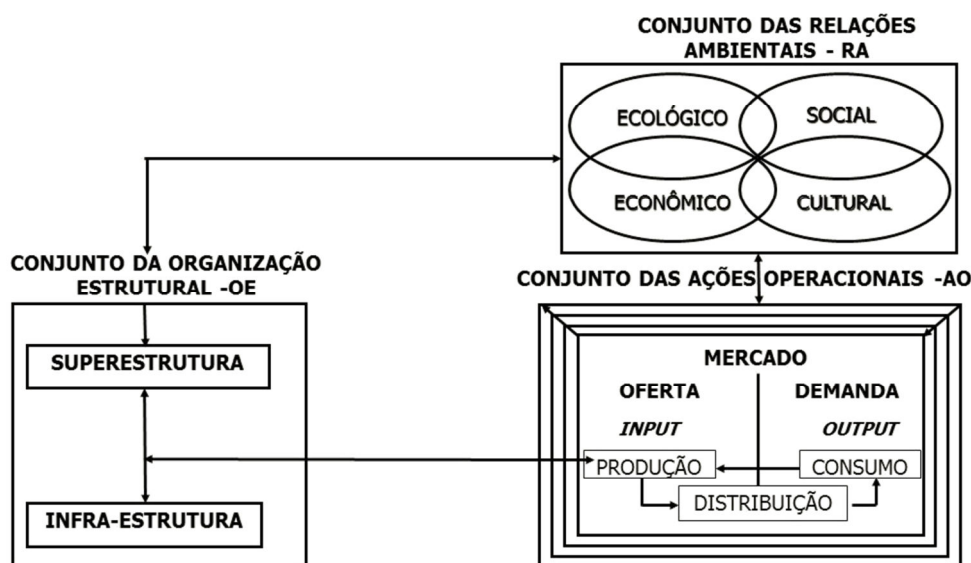
Os elementos que compõem este sistema são: turistas, regiões geradoras, rotas de trânsito (indicado no esquema pelas setas grandes), regiões de destino e de indústria do turismo. Esses cinco elementos são constituídos por conexões espaciais e funcionais caracterizadas por um espaço sem fronteiras físicas, culturais, sociais, econômicas, políticas e tecnológicas com as quais tais elementos interagem (LEIPER, 1979 citado por PANOSSO NETTO, 2005). Essa descrição define a atividade de caráter humano e as características de elementos que precisam existir para que ocorra o funcionamento do sistema. Ainda segundo Panosso Netto (2005), outros autores conseguiram produzir modelos que se aplicavam ao Turismo, mas, a definição sistêmica de Leiper foi considerada inovadora, pois alcançou um elevado perfil internacional que influenciou muitos dos pensadores sistêmicos atuais. As origens da abordagem sistêmica não têm relação com as Ciências Sociais Aplicadas, elas surgem na biologia por meio dos estudos de Bertalanffy. Serrano-Barquín *et al* (2012) afirmam que sistemas se distinguem de um simples conjunto de elementos que agem de maneira interdependente e são definidos por características estabelecidas a partir da inter-relação dos elementos.

A visão sistêmica foi bastante absorvida pelos estudos do Turismo quando considerou-se, entre outras questões, que a inter-relação entre várias organizações, e entidades públicas e privadas, gera o sistema turístico do qual participam pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, com a atividade. Os participantes desta atividade sentem influências internas e externas do sistema, visto que ele é aberto, realiza trocas com

o meio que o circunda e, por extensão, é interdependente, nunca autossuficiente (OLIVEIRA, 2014). No Brasil, Mário Carlos Beni (2001) foi o pesquisador que consolidou a aplicação da teoria dos Sistemas ao Turismo; sua proposta foi tão intensamente difundida, que o **SISTUR**, como chamou seu modelo, tornou-se uma disciplina em cursos superiores e de pós-graduação em Turismo após os anos 1990. De acordo com Lohmann e Panosso Netto (2008, p.27), “a teoria geral de sistemas é a teoria mais utilizada nos estudos turísticos mundiais, e grande parte dos autores internacionais baseia-se nela para empreender seus estudos do turismo”. Assim, Beni (1990) define sistema como uma palavra de origem grega que poderia ser traduzida como ‘ser causa de’, mas que em sua acepção atual significa “um conjunto de partes que se interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo” (BENI, 1990, p.18).

O modelo proposto pelo autor foi atualizado a partir de suas primeiras publicações, e é expresso segundo o diagrama que segue:

FIGURA 5 - SISTUR: modelo referencial



Fonte: Beni (2001, p.48)

Além de apresentar os elementos relacionados ao Turismo, o SISTUR de Mário Beni agrupa vários desses em conjuntos de propriedades comuns, sendo o estado de cada unidade controlado, condicionado ou dependente do estado das outras unidades. Dessa forma, três grandes conjuntos são apresentados, a saber: Relações Ambientais, Ações Operacionais e Organização Estrutural. Esses três conjuntos são mutuamente influenciados e interativos, e essas relações são o foco da visão sistêmica mais difundida no Brasil.

O primeiro conjunto – o das Relações Ambientais – aborda as relações entre sociedade, economia, meio ambiente natural e cultura. As relações são inúmeras, mas cada um dos subsistemas apresentados pelo autor - ecológico, social, econômico e cultural - é tratado separadamente e então é relacionado aos outros.

Da mesma forma, Beni (2001) apresenta o conjunto da Organização Estrutural, cuja característica essencial é a relação com o setor público e suas políticas. Nesse conjunto, o autor isola tanto a Infraestrutura, a qual inclui todas as obras necessárias para o andamento adequado da atividade turística, quanto a Superestrutura, caracterizada pelo marco legal que deve reger a atividade turística.

O conjunto das Ações Operacionais, por sua vez, trata das relações de mercado, desde a retração e expansão até as peculiaridades da distribuição dos produtos no Turismo e os intermediários envolvidos no processo - com ênfase na produção e no consumo, decorrente das relações entre a oferta e a demanda, as quais são bastante específicas no Turismo. A distribuição de produtos pode ser direta – quando a demanda está em contato direto com a oferta – ou indireta - realizada por diferentes intermediários, tais como agências de viagens, operadoras turísticas, sistemas de distribuição global (GDS) e centrais de reservas (ALCÁZAR, 2002). A oferta, em muitas situações, tende a receber atenção especial em virtude da facilidade de ser tangibilizada. Contudo, não existe oferta adequada sem levar em consideração a quem ela se destina, ou seja, os turistas determinam a demanda.

Nesse contexto, considera-se necessário aprofundar as bases teóricas de alguns dos elementos que compõem o SISTUR. A princípio, as **políticas públicas** podem ser consideradas elementos influenciadores dos demais componentes. A **oferta**, por sua vez, é composta, em sua maioria, pelos atores do Turismo- os quais são denominados usuários nesta pesquisa. E, por fim, a **demanda**, qual seja uma variável que compõe o objeto de análise desta pesquisa - a PDTD.

2.3 Ambiente, mercado e políticas públicas em turismo

No mercado turístico e, especialmente, nas empresas desse setor, a ênfase do setor público está nos esforços de promoção e fomento da comercialização do turismo. O **papel do setor público** na composição da oferta parte dos serviços públicos, os quais, antes de colaborar para o êxito da atividade turística devem servir, primeiro, os cidadãos que habitam o destino turístico - fato que Beni(2001) determina como infraestrutura no SISTUR. Nesse sentido, Martín Rojo (2004) ressalta que a administração local atua na

ordenação do turismo, sendo também responsável pelos serviços de abastecimento de água, energia, limpeza e segurança.

Além dos serviços públicos, a OMT (1998) destaca que praias e monumentos – considerados matéria-prima do turismo - também dependem do Estado. Essa capacidade da administração pública do destino é ressaltada por Seaton e Bennet (1996 citados por ALCÁZAR, 2002) os quais apontam o interesse e os esforços das autoridades locais em focar o crescimento no turismo como papel do poder público. Nesse contexto, as políticas públicas são o mecanismo a ser utilizar para direcionar o mercado de acordo com as necessidades da população - ou seja, buscar o desenvolvimento local a partir do turismo e reunir esforços no campo das políticas públicas é um processo de escolha das autoridades locais em conjunto com seus representados. Assim, a correta gestão e regulamentação dos serviços públicos considerados básicos, dos recursos turísticos e da qualidade de vida da comunidade local exigem das autoridades um trabalho contínuo e de longo prazo.

Em uma localidade turística, o papel regulador inerente ao Estado costuma ser ainda mais difícil e complexo, devido à presença de diferentes atores do turismo com objetivos muito específicos. Assim, os esforços governamentais direcionados à atividade turística devem estar apoiados em políticas públicas claras, construídas como marco regulador da atividade, de maneira a caracterizar a Superestrutura do SISTUR de Beni (2001). Para a construção de políticas públicas é necessário que haja um esforço envolvendo o setor privado, e esse processo requer informações que permitam o desenvolvimento dos complexos objetivos que envolvem as escolhas políticas no âmbito do desenvolvimento local. A desigualdade nos processos de transformação de dados em informação - e de informação em conhecimento - gera outras desigualdades (JARDIM, 1999), as quais devem ser combatidas pelo poder público, em especial por meio de políticas públicas.

Esse processo (de transformação de dados em informação e esta, em conhecimento) exige também capacidade de administrar o destino turístico de maneira sistêmica, envolvendo todos os atores e suas necessidades. Para Marques (1977, citado por BENI, 2006, p.17), “toda política pública é concebida a partir de uma representação do setor à qual ela se refere, assim como a um conjunto de normas, organizações, técnicas e recursos de poder que a implementarão”. Nesse sentido, estabelecer políticas públicas para o turismo é uma empreitada complexa, uma vez que a atividade turística envolve diversos outros setores, como serviços básicos (já mencionado), economia, meio natural, patrimônio cultural, relações interinstitucionais, entre outros.

A má formulação e execução dessas políticas públicas podem gerar perdas profundas para a localidade e seus atores, como destacam Trigo e Panosso Netto (2003,

p.98), ao apontar que “o turismo é um fenômeno que não cria somente empregos, impostos e desenvolvimento. Se mal planejado e implementado é um fator de poluição, exclusão social, concentração de renda, aumento da prostituição (...), e comprometimento dos investimentos em projetos mal elaborados”. A reflexão dos autores descreve os chamados impactos negativos do turismo, tão visíveis e vivenciados em algumas localidades – os quais são frutos da lentidão ou mesmo da inércia do Estado no processo de regulação e criação de políticas públicas.

Assim, entre outras funções, o papel do governo é estabelecer o ambiente regulatório no qual os negócios operam, seguindo os interesses para o desenvolvimento de uma localidade turística (HALL, 2001). Exemplos mais concretos dessas ações na área do turismo são apresentados por Beni (2004, p.32), o qual diz que, entre os papéis do governo, devem estar

(...) o estabelecimento de políticas e condições legais, institucionais e estruturais para a abertura de empresas e operadoras turísticas internacionais; assegurar com legislação pertinente de contratos e convênios que funcionários nacionais sejam treinados e capacitados pelas empresas internacionais; a decisão do percentual de funcionários estrangeiros que poderá ser alocado no quadro de recursos humanos das empresas turísticas internacionais que se acham instaladas e operando no país.

A partir da apresentação de ações concretas indicadas pelo autor, é possível vislumbrar a essencialidade da política pública no desenvolvimento turístico, considerando que a ausência ou inércia dessa pode acarretar impactos negativos. É preciso, então, considerar a política pública de turismo como um mecanismo a favor da sociedade, a qual, obviamente, é composta por entidades atuantes na atividade turística local.

2.4 A composição da oferta turística

Os subcapítulos anteriores já ofereceram indícios do papel e dos elementos que compõem a chamada oferta turística. A princípio, na visão sistêmica estabelecida a partir de Beni (2001), a oferta turística é apontada como espaço de produção que recebe os *inputs* no conjunto denominado pelo autor de Ações Operacionais. Nesse contexto de produção, são apresentados diferentes elementos, descritos, em parte, no subcapítulo de políticas públicas, nas citações de Martín Rojo (2004), tendo os serviços públicos de infraestrutura básica e da OMT (1998) a responsabilidade pelos atrativos turísticos. Entretanto, os serviços prestados por empresas do mercado turístico também são parte da oferta, de acordo com os conceitos apresentados a seguir.

A OMT (1998, p.48) afirma que a oferta é formada pelo “conjunto de produtos turísticos e serviços colocados à disposição do usuário turístico em um determinado destino, para seu desfrute e consumo”. Um conceito mais completo e detalhado é apresentado por Beni (2001, p.159):

a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto de recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria prima da atividade turística porque, na realidade, são estes recursos os que provocam a afluência de turistas. A este conjunto se agregam os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta em seu sentido amplo (...)

Logo, a **oferta turística** é composta por atrativos turísticos que motivam a vinda de turistas; entretanto, para usufruir da ‘experiência turística’ em um determinado destino, são precisos serviços de alojamento, alimentação, recepção, estruturas de lazer, etc., produzidos diretamente no destino. Neste sentido, é necessário observar a centralidade do **destino turístico** não por limites geográficos ou políticos, mas por agrupamento de elementos que formam a oferta turística. Portanto, lugares turísticos assim denominados destinos reúnem várias combinações de produtos, o quais são os próprios elementos da oferta colocados à disposição dos visitantes para sua satisfação.

O conjunto denominado ‘oferta’ possui estrutura própria, a qual lhe confere características específicas, algumas delas apontadas por Andrade (1995, p.102):

- não é estocável;
- produção e consumo são simultâneos;
- é estática, ou seja, exige que o turista vá até ela para consumi-la;
- é dinâmica, mas com pouca flexibilidade, ou seja, acompanha as exigências dos turistas, mas precisa de determinado tempo para se adaptar.

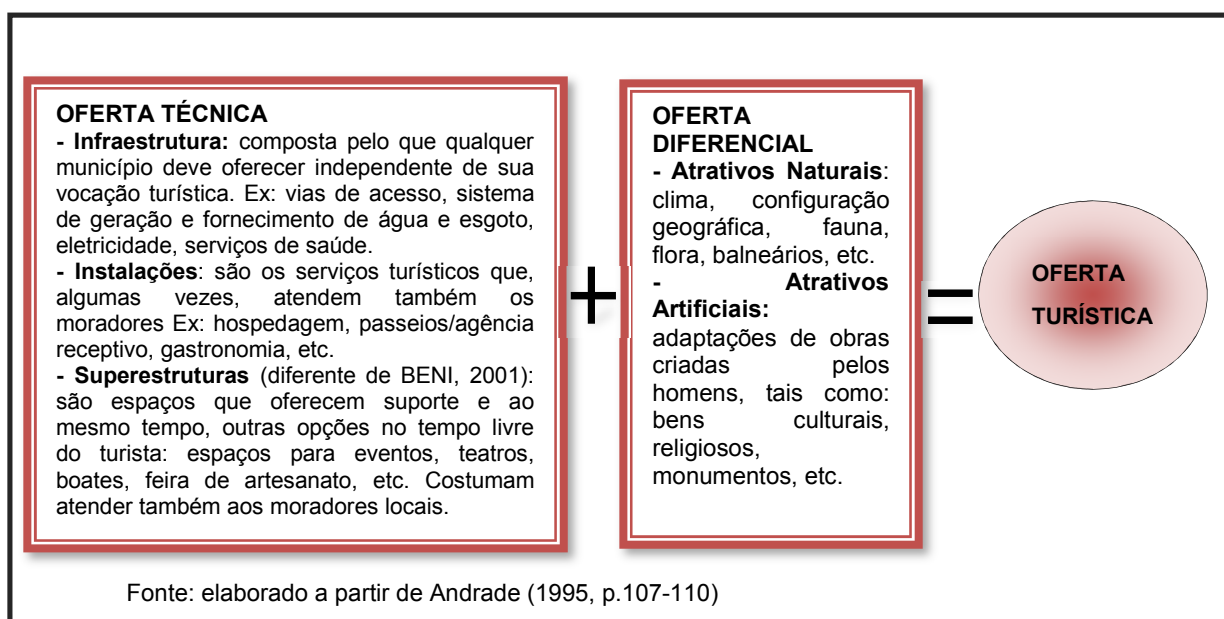
Essas **características** são marcantes e tornam a operação dos atores em turismo, no âmbito de pequenos destinos turísticos como Diamantina, complexa. Por exemplo, um grande hotel que não aluga seus apartamentos por um determinado período, irá alugá-los em outro momento; assim, o impacto da ‘não estocagem’ será, de certa forma, diluído. Entretanto, quando tal cenário é transferido para uma pequena pousada, tal diluição acaba tomando outra dimensão. Em outras palavras, o impacto da não comercialização da oferta em determinado período será mais impactante no micro e pequeno empreendedor, os quais são a maioria dos atores em turismo investindo em destinos turísticos considerados de pequeno porte.

Dois outros conceitos bastante difundidos que auxiliam a análise da oferta turística são apresentados por Ignarra (2002, p.56), segundo ele: “a oferta concorrente é aquela que disputa o mesmo consumidor e a oferta complementar é aquela que contribui

para a venda de determinado serviço”. Considerando que são necessários serviços diferentes para compor a oferta turística, é possível afirmar que tais serviços são complementares, ou seja, o turista precisa de atrativos que motivem seu desejo de viajar, além de necessitar de vias de acesso, de locais para hospedagem e para alimentação. O turista pode escolher ficar em pousadas e gastar seus recursos se alimentando de comidas típicas, ao invés de hospedar-se em grandes hotéis e comer em restaurantes caros; neste caso, a oferta turística é caracterizada como concorrente.

Alguns autores destacam a presença de infraestrutura e serviços na composição da oferta turística, a qual é composta pelas ofertas ‘técnica’ e ‘diferencial’. A primeira é formada por atrativos turísticos específicos e oferece suporte para a vivência do turista; a segunda atrai turistas e motiva sua viagem. Assim, a junção entre oferta técnica e diferencial forma a oferta turística, conforme figura abaixo:

FIGURA 6 - Composição da oferta turística



Infraestrutura, no âmbito da oferta técnica, é a infraestrutura básica de qualquer localidade, a qual é reconhecida como necessária para a oferta turística. Instalações são estruturas criadas para atender o turista, a superestrutura, por sua vez, refere-se ao que é ofertado como suporte para a ocupação do tempo livre do turista, embora também possa atender às necessidades dos moradores locais (IGNARRA, 2002; DIAS, 2011). Cabe esclarecer que, a superestrutura abordada acima difere daquela apresentada por Beni (2001) no SISTUR, a qual remete ao marco legal regulatório da atividade turística. A apresentação da oferta diferencial sofre pequenas variações ao ser abordada por diferentes autores; alguns a chamam de ‘bem’; outros, de ‘recursos’ e; conforme proposto aqui, ‘atrativos

turísticos'. Independente da abordagem, o foco deve ser direcionado para as possibilidades de atratividade que a natureza, ou as criações humanas, apresentam.

A maior parte dos chamados **atores da atividade turística** é identificada na esfera da oferta turística, a saber: entidades e instituições que atuam no turismo de uma localidade. A partir da abordagem acerca de políticas públicas abordada no subcapítulo anterior, considerou-se a análise da atuação de diferentes instituições. Cada elemento da oferta tem seu papel enquanto ator em turismo, pois fornece informações importantes para o desenvolvimento e criação de políticas. Além disso, enquanto área específica, cada elemento atua em determinada regulamentação de forma a colaborar com o turismo na localidade. A princípio, os organismos públicos são reconhecidos pela natureza dos serviços que apresentam às comunidades e localidades turísticas e por sua responsabilidade em oferece-los. Contudo, tal reconhecimento pode ser mais complexo se os serviços prestados foram executados em destinos compostos por diversas cidades, como a Estrada Real (em Minas Gerais), ou no país como um todo, como no caso do Brasil. Serviços prestados por instituições privadas são mais variados e também dependem do tamanho da localidade em que são prestados. Mas, instituições privadas reconhecem que a oferta turística é, ao mesmo tempo, concorrente e complementar, pois é, em geral, composta por várias pequenas e médias empresas. Dias (2011) detalha os tipos de empresa que compõem a oferta técnica:

QUADRO 1 - Tipos de empresas que compõem a oferta técnica

Meios de hospedagem	estabelecimentos hoteleiros, pousadas, campings, colônia de férias, pensões, etc.
Alimentação	restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, cervejarias, sorveterias, etc.
Entretenimento	instalações desportivas, parques de diversão, clubes, estádios, cinemas, teatros.
Outros serviços	agências de viagem e turismo, locadoras de automóveis, transportadoras, lojas de artesanato, casas de câmbio, espaços para eventos, etc.

Fonte: adaptado de Dias (2011, p.60)

A oferta turística pode ser descrita, portanto, como o conjunto de produtos, serviços e facilidades colocados à disposição de um tipo peculiar de cliente, o turista, o qual escolhe e, geralmente, paga seu produto antecipadamente. Tal processo de consumo é repleto de expectativas e peculiaridades, as quais são apresentadas a seguir.

2.5 O estudo da demanda turística

De acordo com a visão sistêmica proposta por Beni (2001), as relações operacionais são consolidadas no ambiente do **mercado turístico**, que, por sua vez, é

calcado na **oferta** de bens e serviços a **clientes** que demandem por eles. Segundo o autor, “todas as pessoas ou empresas que oferecem ou demandam tais bens, serviços e capitais, determinam o surgimento organizado e as condições dessa troca” (BENI, 2001, p.145). O mercado baseia-se nas condições e no conhecimento sobre o que deve-se produzir e para quem, fato que torna o estudo sobre a relação oferta-demanda fundamental para o planejamento de destinos. A demanda turística deve estar adequada à oferta de produtos nos destinos turísticos; disso depende o sucesso de um determinado destino, ao considerarmos que a quantidade de demanda deve ser proporcional à quantidade da oferta (OMT, 2003).

Nesse sentido, o estudo da demanda turística é composto por fatores complexos que podem melhorar, consideravelmente, a atividade turística executada pela própria comunidade, localidade, na qual é desenvolvida, quanto pelos consumidores. Em vista de tamanha importância, diversos autores dedicaram-se a definir a demanda, bem como os fatores que a condicionam, além de explicar os métodos de pesquisa e projeção mais usados para sua mensuração

2.5.1 Conceituação, tipologia e características da demanda turística

As dimensões conceitual, técnica e descritiva da **demanda** são o cerne deste subcapítulo, o qual visa embasar toda a investigação realizada para a tese. Para tanto, retomo a reflexão acerca da epistemologia do Turismo apresentada por Panosso Netto (2005) na parte inicial deste capítulo. Antes de ser caracterizado como demanda ou visitante, o turismo é o sujeito que decide tornar-se turista; tornar-se, pois o ato não é imediato, ele torna-se turista à medida em que encontra motivações e condições para viajar. Panosso Netto (2005, p.30-31) propõe que

Assim, mesmo ainda não sendo turista, ele já é sujeito do turismo, pois estará acessando *sites* de destinos, lendo revistas especializadas, conversando com amigos sobre a viagem, providenciando documentação, fazendo economias, consultando o agente de viagens, entre outros; dessa maneira, já estará fazendo parte *do* e influenciando o fenômeno turístico.

Ainda que o conceito de demanda tenha sido disseminado para diversas áreas do conhecimento a partir da Economia (BRAGA, 2003), ele varia da área em que é abordado e da forma de expressão de cada autor, já que cada um enfatiza pontos de vista específicos. Considerando, inicialmente, o enfoque econômico, Petrocchi (2004, p.24) define que a demanda turística é constituída pela

Quantidade de produtos ou serviços turísticos que, sob determinadas condições, as pessoas desejam e podem adquirir. Quando muitos compradores procuram um produto a preço de mercado, o poder de compra por eles representado constitui a demanda.

Pode-se dizer que a demanda é constituída por todos os turistas que, individual ou coletivamente, realizam uma viagem, independente do motivo que os levam a sair de sua cidade de origem; ou, ainda, por pessoas “que desejam viajar, para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do seu local de trabalho e residência” (MATHIESON e WALL, 1992, p.16). Mesmo que tal conceito não faça referência a tempo e preço, diferentemente do conceito anterior, ele aponta a importância de o turismo ser realizado em lugares diferentes do local de residência do consumidor. Esta ideia é corroborada por Milio Balanzá e Cabo Nadal (2003, p.48), pois tratam a demanda como “o número de pessoas que viajam ou desejam viajar, para desfrutar de produtos e serviços turísticos, para locais diferentes do local de trabalho e residência habituais”. Braga (2003, p.46), por sua vez, ao pesquisar e analisar criticamente diversos autores, criou um conceito de demanda que engloba os pontos positivos destacados nos demais conceitos, segundo ele: “demanda turística corresponde à quantidade de pessoas que viajam ou desejam viajar e que consomem ou tem disposição de consumir bens e serviços turísticos a determinado preço e em certo período de tempo”.

A demanda turística é classificada segundo A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003) classifica a demanda turística como demanda real - número de visitantes a um destino - e demanda potencial - número de pessoas que podem vir a visitar um destino turístico. Braga (2003), por sua vez, divide a demanda turística em três tipos, conforme o quadro a seguir:

QUADRO 2 - Tipologia de demanda turística

Demanda total	Total de pessoas que consome ou pode consumir um produto turístico
Demanda atual, real ou efetiva	Conjunto de pessoas que viaja para um destino turístico
Demanda latente ou reprimida	Pessoas que não consomem o produto turístico. Esse tipo de demanda pode ser <u>potencial</u> (pessoas que não viajam em um dado momento por algum motivo passageiro, mas que têm motivação para viajar) ou <u>futura</u> (pessoas que podem tornar-se turistas se motivadas para tal).

Fonte: adaptado de Braga (2003, p.47)

A demanda real é composta por turistas que, efetivamente, visitam, ou frequentam, o destino; a latente, é composta por aqueles que podem vir a frequentá-lo. A soma entre estas duas demandas gera a demanda total; logo, a classificação da demanda turística é feita a partir dos turistas que visitam, ou não, uma localidade, ou da totalidade de turistas que podem vir a visitá-la. Entretanto, há que se ter em mente que turistas que, em um determinado momento, são classificados em um grupo, podem, em outra ocasião, receber outra classificação. Ou seja, um turista que está incluso na demanda potencial por não ter disponibilidade de tempo, financeira ou física para consumir um produto, pode,

futuramente, ser inserido na demanda real, em virtude de mudanças em alguma dessas condições. Assim, a demanda real pode variar, embora tal demanda necessite

que as pessoas com tempo livre para ser consumido em viagens disponham de dinheiro e vontade para realizá-las, não sofram nenhum tipo de impedimento de ordem física e nem se deixem superar por bloqueios psicológicos limitadores das motivações racionais ou irracionais que as levem a efetivar ações turísticas em suas várias modalidades, tipos e formas (ANDRADE, 1995, p.116).

Existem fatores que podem influenciar o fluxo da demanda ao aumentar ou diminuir a quantidade de consumidores que frequentam determinado destino turístico; tais fatores gerando consequências econômicas em toda a cadeia produtiva do turismo (PETROCCHI, 2004). Entre os fatores que influenciam a demanda estão: elasticidade, implica no aumento ou diminuição da demanda no decorrer do ano dadas as condições climáticas, sociais, culturais e econômicas; sazonalidade, diz respeito a períodos de atividade e inatividade na atividade turística causados por fatores como clima, período de férias, ou outros fatores que não podem ser controlados, mas que interferem no fluxo turístico da região. Segundo Petrocchi (2004, p.23), “a indústria do turismo convive com essa sazonalidade, adotando ações atenuadoras, como as promoções e tarifas atraentes durante a baixa temporada e a segmentação”.

Além das características citadas por Petrocchi, Dias e Cassar (2005, p.111) também referem-se à concentração espacial do fluxo de demanda e à sua heterogeneidade. A concentração espacial do fluxo de demanda vale tanto para regiões quanto para países, além de poder ser determinada pelo poder aquisitivo da população de origem. Alguns fatores como “a apresentação geral da localidade (limpeza, sinalização, amabilidade dos residentes, etc.), facilidade de locomoção, qualidade dos atrativos turísticos, entre outros” (DIAS e CASSAR, 2005, p.112) são determinantes para a permanência, e o aumento, do fluxo de demanda em um destino. Uma vez que a demanda turística é composta por consumidores que possuem desejos ou necessidades específicas, ela é caracterizada como heterogênea, uma vez que há o consumo de serviços direcionados a segmentos diferentes como o ecoturismo, os turismo cultural, de saúde, de sol e praia, entre outros.

Outras duas características da demanda foram encontradas nas fontes consultadas. A primeira, sensibilidade, pode influenciar o fluxo de demanda, porque “riscos, incertezas, situações instáveis e problemas sociais de porte significativo ou de expressiva retumbância, sensibilizam a demanda que em muitos casos deixam de consumir determinado produto turístico” (OLIVEIRA e OLIVEIRA, 2010, p.18). Os turistas são sensíveis a acontecimentos e situações que, a princípio, não deveriam ter influência sobre sua decisão de viajar, ou sobre qual destino escolher como um surto repentino de águas

vivas em determinada parte do litoral no verão; entretanto, pessoas são sensíveis a ponto de mudar de ideia, cancelar a viagem programada.

Irrracionalidade foi uma característica descrita por Milió Balanzá e Cabo Nadal (2003, p.57) como sendo “própria de toda atividade de compra e venda de bens que não são de primeira necessidade. Desde que o turismo apresente de algum jeito uma compra de luxo, aparecerá essa situação”. Porém, o turismo vem perdendo essa característica de compra de luxo, e tornando-se um bem de necessidade básica devido a mudanças de hábitos tais como, redução do tempo de trabalho, aumento do poder aquisitivo e ritmo. Estes fatores faz com que as pessoas encontrem no turismo uma forma de relaxar e aliviar a tensão da vida contemporânea. Segundo Milió Balanzá e Cabo Nadal (2003), a demanda possui um caráter potencialmente universal, ou seja, todas as pessoas são potencialmente turistas. Então, todos os indivíduos compõem a demanda potencial, porém a maioria deles não viaja por causa de variáveis internas e externas. Segundo Ramos e Rodrigues (2014), mais do que identificar fatores que influenciem a demanda, é necessário conhecer os motivos por trás do comportamento dos turistas, o qual é determinado por variáveis e medidas que permitem definir modelos e gerar previsões.

2.5.2 Fatores determinantes da demanda turística

Para melhor compreender a demanda turística, é preciso entender o comportamento dos turistas enquanto consumidores. Existem diversos modelos de inegável importância para o mercado turístico são usados para explicar tal comportamento.

Nos últimos anos, o comportamento dos turistas sofreu algumas mudanças perceptíveis através do surgimento de grupos de turistas diferenciados, com novas motivações e necessidades. Entre essas novas motivações destacam-se o aumento da consciência ecológica, o interesse pela diversidade cultural, a maior flexibilidade dos períodos de férias e lazer, o aumento da exigência por qualidade na prestação de serviços, o maior interesse por práticas mais ativas de lazer, e o aumento do segmento do turismo entre viajantes com mais de 55 anos de idade (BIGNÉ *et al*, 2000; CERVERÓ *et al*, 2002; DIAS e CASSAR, 2005). Os modelos que buscam explicar o comportamento dos turistas demonstram a inter-relação de fatores que influenciam seu comportamento. Segundo Cooper *et al* (2007), embora haja muitas diferenças entre os diversos modelos de estudo comportamental existentes, vários aspectos são comuns a todos:

- abordam o comportamento do consumidor como um processo de tomada de decisão;
- são mais concentrados no comportamento do consumidor individual;
- consideram o comportamento como racional e passível de ser explicado;

- analisam o comportamento de compra como sendo intencional;
- avaliam que o consumidor (turista) tem um papel ativo na busca de informações, porém limitam o volume de informações adquiridas;
- afirmam que os resultados de viagens anteriores afetam aquisições futuras;
- imaginam que o comportamento do consumidor é dividido em múltiplas etapas.

Os mesmos autores, além de analisar os modelos de estudo comportamental, organizam um sistema composto por quatro conjuntos de elementos que podem influenciar o comportamento dos consumidores de produtos turísticos:

QUADRO 3 - Elementos que influenciam o comportamento dos turistas

Energizadores da demanda	Motivos que levam o turista / consumidor a sair de férias ou visitar um atrativo.
Efetivadores da demanda	Processos que afetam a imagem, positiva ou negativamente, do turista acerca de determinado lugar, o que leva o consumidor a agir.
Os papéis e os processos de tomada de decisão	Decisões de um membro mais influente da família, o qual determina o destino, ou produto turístico, que o grupo consumirá.
Determinantes da demanda	Fatores que influenciam a demanda, como fatores econômicos, sociológicos ou psicológicos, os quais a limitam.

Fonte: adaptado de Cooper *et al* (2007).

A demanda turística é, portanto, influenciada diretamente pelo comportamento dos turistas, que, por sua vez, pode ser influenciado por muitos fatores que acabam por ser determinantes para a variação no fluxo de demanda. Logo, diferente do que prega o senso comum, o fluxo de demanda turística pode variar muito em uma localidade por diferentes causas, não apenas por razão de preços altos ou baixos, ou por condições climáticas. Outros autores apresentam estudos semelhantes que identificam fatores diretamente relacionados ao comportamento da demanda. Dentre esses, Dias e Cassar (2005) apresentam uma compilação mais ampla, e bastante objetiva, conforme o quadro abaixo:

QUADRO 4 - Fatores determinantes da demanda turística

Fatores demográficos	Populações apresentam comportamentos diferentes de acordo com características demográficas como: idade, sexo, situação familiar etc. Tais características influenciam a decisão de potenciais turistas em saídas de férias.
Fatores sociais	A sociedade está cada vez mais integrada, o que diminui os limites geográficos e políticos; com isso, o turismo estabelece uma aproximação entre povos e classes sociais. Há uma valorização social das férias, assim modelos de consumo de pessoas de renda superior são assimilados através do efeito 'imitação'.
Disponibilidade de tempo	Valorização do tempo livre e tendência à redução do tempo de trabalho, o que amplia a demanda turística potencial.
Disponibilidade econômica	O aumento da renda, aliado ao aumento do número de pessoas ativas economicamente, estimula a oferta de serviços, como no case do setor de turismo.
O clima	Influencia diretamente alguns produtos turísticos; por exemplo, períodos de altas temperaturas favorecem destinos de sol e praia, épocas de baixas temperaturas aumentam a procura por destinos de montanha.

Preferências pessoais	Fator de difícil controle, porém seu impacto sobre as destinações turísticas pode ser diminuído através da diversidade de oferta em um destino específico.
-----------------------	--

Fonte: adaptado de Dias e Cassar (2005, p.113).

Mesmo com todas essas variáveis, os autores ainda destacam a 'motivação' como fator de maior importância e influência na decisão de viajar. Segundo eles: "as motivações são forças que se manifestam como resultado de uma necessidade não satisfeita e que induzem condutas ou comportamentos das pessoas que, assim, buscam sua satisfação" (DIAS e CASSAR, 2005, p.123). Por sua vez, as necessidades dos turistas potenciais precisam ser estimuladas a alcançar um nível de intensidade capaz de fazer com que pessoas sejam impelidas a atuar como turistas, ou a consumir determinado produto turístico. Ao mesmo tempo, os fatores determinantes da demanda precisam ser trabalhados para que a motivação tenha plena condição de se tornar uma viagem turística real.

2.5.3 Os métodos de estudo da demanda turística e suas aplicações

A sistematização e análise constantes de informações relacionadas ao mercado turístico, e à sua dinâmica, são condições essenciais para um desenvolvimento turístico focado em combinar as possibilidades da oferta e as necessidades e desejos da demanda. Nesse sentido, a OMT (2006) indica a importância das pesquisas para a atividade turística ao destacar suas possibilidades:

- explicar os eventos internos produzidos pelo setor, auxiliar os planejadores do turismo e pessoas que possuem papel decisório nas mudanças, além de explicar as situações que envolvem o setor turístico;
- elaborar relatórios que expliquem a realidade atual do setor turístico e ofereçam subsídios para a geração de previsões futuras e tomadas de decisão, e aumento na competitividade;
- responder perguntas formuladas pelo setor turístico para facilitar o posicionamento do produto, aumentar a competitividade e conquistar novos mercados;
- agregar valor aos prestadores de serviços turísticos, pois possuem informações que os diferencia dos consumidores.

Ao analisar os pontos destacados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), é possível reconhecer a janela de oportunidades aberta para pesquisas que visem analisar a demanda turística, real ou latente, que possam vir a colaborar com estes processos. Assim, compreender a demanda de uma destinação, e o comportamento de compra e consumo de seus visitantes, auxilia o processo de tomada de decisão, o posicionamento competitivo dos

destinos, a compreensão da realidade turística de um destino, a criação de cenários futuros, entre outros.

As investigações de demanda em turismo observam aspectos quantitativos quando os fluxos turísticos e suas tendências, como por exemplo, hábitos de formas de busca de informação, compra e consumo, são estudados (MILIO BALANZÁ e CABO NADAL, 2003). Os métodos de pesquisa quantitativos são baseados em fórmulas estatísticas e em fatores observáveis (MILIO BALANZÁ e CABO NADAL, 2003); enquanto que aspectos qualitativos são observados quando o foco da pesquisa sobre demanda são as características dos turistas, a motivação que os leva a viajar, a organização da viagem, os serviços utilizados durante a viagem, entre outros (PETROCCHI, 2004).

Mesmo com essas indicações, e encaminhamentos distintos acerca dos aspectos das pesquisas sobre demanda, não há indicativo de que as pesquisas devam ter uma característica, ou outra. Ao contrário, análises quantitativas e qualitativas podem ser realizadas ao mesmo tempo, além de fazer uso do mesmo instrumento de pesquisa (questionário) ou trabalho de campo. De acordo com Cooper *et al* (2007), ambas as abordagens podem ser usadas em conjunto de forma a gerar previsões mais próximas do realidade.

As pesquisas de Braga (2003) apontam alguns métodos de investigação e análise de demanda que utilizam mecanismos estatísticos para medir o fluxo de demanda, bem como métodos de enfoque mais qualitativo, conforme o quadro a seguir:

QUADRO 5 - Métodos de investigação e análise de demanda turística

Métodos	Descrição
Regressão linear	Utilizado para cálculo de curva de demanda, quando há dados de ocorrência de eventos de um certo período de tempo, com o objetivo de prever as próximas tendências de tais eventos.
Análise de sistema linear	Avaliação de variáveis que afetam o fluxo de demanda, como por exemplo: propensão para tirar férias, distância e qualidade do acesso, custo, atratividade no destino, entre outros.
Séries temporais	Podem ser desenvolvidas de duas maneiras: análise univariável, a qual consiste em ampliar uma série de valores históricos ao considerar-se sua evolução no tempo; modelo de transferência de fluxos, realizado em processo interativo, ou seja, os valores de uma variável são dependentes de outros valores históricos independentes.
Gravity ou gravidade	Analisa o fluxo turístico em função do tamanho da população e da distância entre origem e destino.
Delphi	Baseado em opiniões de especialistas que conhecem o objeto em estudo, bem como em vários fatores ambientais que podem influenciar tal objeto. Acontece, geralmente, por meio de entrevistas, mesas-redondas ou questionários aplicados aos profissionais.
Construção de cenários	Consiste na elaboração de cenários por meio de entrevistas com visitantes em um destino, os quais fornecem dados para o estudo sobre as preferências e atitudes dos consumidores.

Segmentação O método de segmentação pode ser dividido por duas maneiras de utilização de critérios. O fator 'agrupamento' consiste na coleta de dados da amostra, na reunião de variáveis. Baseia-se no objetivo da pesquisa, e verifica a relação de dependência entre variáveis para estabelecer segmentos dentro da amostra; É, *a priori*, caracterizado por ser qualitativo, pois depende da escolha de uma variável apta a dividir a amostra em dois segmentos, os quais são analisados separadamente.

Fonte: adaptado de Braga (2003).

Diante de tantos métodos, é possível estabelecer que os quatro primeiros descritos no quadro: regressão linear, análise de sistema linear, séries temporais e gravidade, apresentam enfoque mais quantitativo, dado o uso de modelos econométricos para a predição da demanda turística (teorometria), segundo (BRAGA, 2003, p.136) “técnica de aplicação dos métodos econométricos à investigação do fenômeno turístico”. Já os três últimos, *delphi*, construção de cenários e segmentação, apresentam características mais qualitativas, pois focam variáveis e a percepção dos turistas sobre elas. Diversos os métodos de estudo sobre demanda são voltados à investigação e caracterização dela, pois buscam dar suporte às políticas de desenvolvimento do turismo, ou ainda, à estruturar de oferta turística em uma localidade e a atender as singularidades de seus visitantes.

Os estudos de demanda são fundamentais para favorecer a tomada de decisão no mercado turístico e na elaboração de suas políticas, como é explorado a seguir.

2.6 Tomada de decisão e estratégia em turismo

Na área da gestão, processos decisórios são uma constante e acompanham todas as atividades, mesmo que indiretamente. Entretanto, tomar decisões apropriadas quanto o desenvolvimento das instituições implica trafegar por informações ajustadas ao universo onde estão inseridas. Neste contexto, é possível considerar a informação como elemento indispensável para a efetiva compreensão da realidade, pois deve garantir a gestão de recursos da organização e, ao mesmo tempo, contribuir para a criação de produtos adequados aos anseios e possibilidades de compra dos consumidores. Em resumo, “(...) gestores públicos ou privados necessitam de informações oportunas, úteis e de qualidade para o suporte adequado do processo decisório” (VITAL, FLORIANI, VARVAKIS, 2014, p.160). Não obstante, diferentes autores da área de gestão, planejamento e marketing turístico destacam a essencialidade da informação, seja em um sistema de informação em marketing (SIM), ou em processo de gestão em turismo (BIGNÉ ALCANIZ *et al*, 2000; KOTLER, 2000; GRÖNROOS, 2009; MARTÍN ROJO, 2004), ao apontar o papel da informação no mercado de turismo. Cooper *et al* colocam que:

Desenvolver um sistema de informação de *marketing* de turismo – ou uma abordagem de Gerenciamento de Conhecimento (GC) – é vital, ainda que raro, para a maioria das organizações turísticas. Esse sistema envolve acesso a necessidades de informação, e então o desenvolvimento e a busca dessa informação para apoiar decisões e suprir prioridades estratégicas. (COOPER, HALL e TRIGO, 2011, p.56)

A princípio, pensar em um sistema de informação pode parecer uma tarefa complexa e onerosa, mas alguns dos autores aqui citados defendem a essencialidade do SIM, pois destacam que fontes de pesquisa não precisam ser geradas e geridas pelas organizações. É possível obter informação para a tomada de decisão a partir de documentos internos como fichas de hóspede, avaliações de serviços e movimentação de bilheterias (BIGNÉ ALCANIZ *et al*, 2000), ou de fontes externas. Estas podem variar desde fontes de concorrentes, de informações publicadas na *web*, dados de órgãos públicos, e de jornais e revistas especializadas, a relatórios de centros de pesquisa diversos - pagos ou gratuitos (KOTLER, 2000).

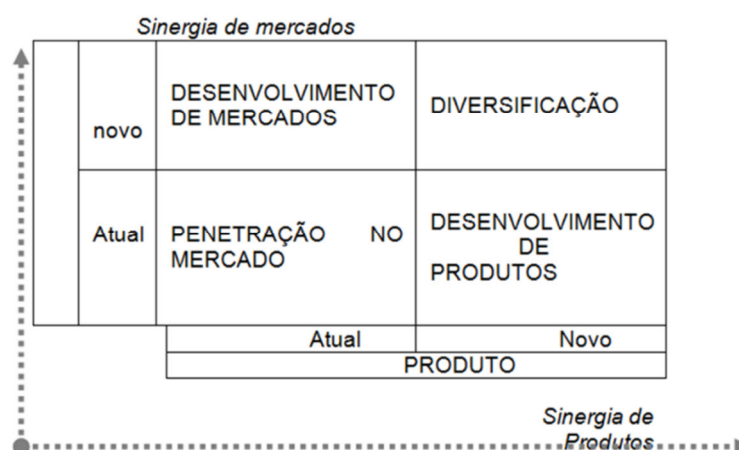
É necessário avaliar processos e possibilidades de ação, fato que requer critérios e bases estabelecidos a partir de informação; pesquisas promovem futuras ações norteadas por estratégias. Schlüter e Winter (2003, p.102) conceituam estratégia como “a determinação das metas e dos objetivos básicos de uma empresa a longo prazo, a adoção de cursos de ação e a atribuição dos recursos necessários para alcançá-los”. De forma mais objetiva, Chias (2007) propõe que estratégias são formulações antecipadas das vias de condução de ações que visam alcançar objetivos.

Assim, no intuito de exemplificar as possibilidades de **estratégias de desenvolvimento**, optei por apresentar algumas das possibilidades mais utilizadas pelo *marketing* em turismo, pois ele também faz parte das áreas que estudam as relações de mercado baseadas em demanda. De acordo com Medaglia e Maynard (2010), entre as estratégias de *marketing* mais encontradas na bibliografia especializada em *marketing* turístico estão: **segmentação**, por Cooper *et al* (2007, p.606) como o “processo de dividir o mercado total em subconjuntos, em cada um dos quais os clientes potenciais têm características em comum, que levariam a demandas semelhantes por um produto ou serviço”; **posicionamento de imagem**, muito comum no marketing turístico, “envolve o projeto de imagem da empresa e o valor de sua oferta, com o objetivo de diferenciar, por parte dos consumidores, a companhia de seus competidores” (OMT, 2001, p.273); **estratégia de precificação**, de acordo com Dias e Cassar (2005), consiste na redução de preço de tabela, prazos de pagamento, postergação de entrada por meio de financiamento, descontos por volume, preços combinados, preços por segmentos, desconto fidelidade e preços sazonais. A importância da segmentação está baseada na necessidade de conhecer o mercado, além das pessoas e/ou empresas que o compõem. Informações geram

conhecimentos que abrem caminho não só para a segmentação em si, mas também para a implementação de outras estratégias de *marketing*. A estratégia de imagem provoca o processo de autoconhecimento que possibilita a decisão sobre qual imagem pública se quer dar à demanda, pois ela gera um controle mais efetivo do processo de comunicação como um todo.. O destaque para precificação no turismo reside no forte impacto que a sazonalidade gerada por fatores externos, como clima e tempo livre da demanda, têm sobre a atividade turística, pois as variações estratégicas de preço são elemento chave no combate à sazonalidade, além de viabilizar o desenvolvimento turístico de uma localidade.

Petrocchi (2004) sintetiza outro **conjunto de estratégias** usadas pelo marketing e, frequentemente, consideradas pelo *marketing* aplicado ao turismo. Tais estratégias são voltadas a ações baseadas no conhecimento prévio sobre o mercado consumidor, ou seja, no caso do turismo, no conhecimento prévio sobre a demanda:

FIGURA 7 - Estratégias produto-mercado



Fonte: Petrocchi (2004, p.242)

Com base nos quadrantes apresentados, o autor ressalta que decisões estratégicas podem seguir quatro caminhos básicos, quais sejam: **penetração de mercado**, manter tanto o produto quanto o mercado atuais, ou seja, que já vêm sendo trabalhados; **desenvolvimento de mercados**, manter o produto atual, mas buscar um mercado consumidor novo para ampliar a demanda de um produto já estabelecido; **diversificação de mercados**, criar novos produtos para atingir novos mercados; e, por fim, **desenvolvimento de produtos**, diz respeito à diversificação de produtos para consumidores atuais e ao oferecimento de produtos diferentes aos turistas que já frequentam o destino. Todas essas estratégias baseiam-se em informações obtidas por meio de pesquisas e apontam a importância de conhecer o mercado - localidade/instituição/empresa - onde estão inseridas, incluindo os turistas.

Desta forma, a **tomada de decisão** depende das informações coletadas para definir a estratégia adequada, e a forma de implementá-la. De acordo com Acerenza (1991), considerando-se as pertinentes ao *marketing* e a outras áreas relacionadas ao turismo, são tomadas as decisões que orientaram todo o processo do *marketing* em direção ao desenvolvimento turístico a partir de informações coletadas, ou seja, o êxito empresarial acontece em destinos que respeitam sua comunidade e encantam seus turistas. A discussão acerca da tomada de decisão é ampla, pois seu objetivo e execução são distintos, além de inerentes a cada entidade envolvida no desenvolvimento turístico, seja ela pública ou privada, à área receptiva ou emissiva, e à oferta técnica ou diferencial. Pearce (2016), por exemplo, discute modelos de gestão de destinos ao destacar que o papel de tais modelos passa por adotar marcos que retratem os fatores principais do turismo na localidade e as relações entre eles, de maneira a deixar aos atores de cada entidade do turismo local a responsabilidade de tomar decisões acerca de temas específicos. Embora não seja parte do escopo investigativo desta nesta tese, outra vertente do processo de tomada de decisão em turismo: a **tomada decisão de compra**, a qual estuda a decisão do turista de adquirir determinada viagem.

Embora não seja parte do escopo investigativo desta nesta tese, outra vertente do processo de tomada de decisão em turismo: a **tomada decisão de compra**, a qual estuda a decisão do turista de adquirir determinada viagem.

Contudo, nem a compreensão do fenômeno turístico, nem a existência de informação gerada a partir de pesquisa, garantem o uso de tais dados como forma de subsídio à tomada de decisão em prol do desenvolvimento de destinos turísticos. De acordo com Angeloni (2003, p.18), “o grande desafio dos tomadores de decisão é o de transformar dados em informação e informação em conhecimento minimizando as interferências individuais nesse processo de transformação”, ou seja, fazendo menos uso de suas percepções pessoais, e empregando mais informações estruturadas para tal. Em outras palavras, o desafio encontra-se em direcionar o conhecimento gerado para o processo de tomada de decisão estratégica de forma a colaborar, efetivamente, com o desenvolvimento turístico local.

2. 7 Informação em turismo

Diante da amplitude do uso da informação na área de Turismo, faz-se necessária uma reflexão mais profunda para expor a informação a partir da organização turística do destino (foco desta pesquisa), sem deixar de apresentar a essencialidade da

informação, do ponto de vista de planejamento e desfrute de uma viagem. A informação é primordial para a tomada de decisão de gestores e turistas em que âmbito for.

Retomando o conceito de Turismo apresentado por Andrade (1995, p.38), segundo o qual “o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais”, a atividade turística está centrada no deslocamento intencional de pessoas. Os processos envolvidos em tal deslocamento apontam para uma atividade intangível que depende da tangibilidade da informação. Da mesma forma, Anjos *et al* (2008, p.42) afirmam que “a informação tem reconhecidamente grande importância no turismo, uma vez que o produto turístico é um serviço, e informações precisas, confiáveis e relevantes são essenciais para ajudar os viajantes a fazer uma escolha apropriada”. Ainda com o objetivo de caracterizar o conjunto de serviços, Pires (2010) aponta que o uso da informação em turismo não termina no momento da compra, ele é contínuo durante toda a viagem tanto para o turista quanto para os prestadores de serviços ou atores da atividade turística. Da mesma forma, Ramos *et al* (2008, p.25) afirmam que

Na atividade turística, a informação é o elemento primordial entre os diversos intervenientes na cadeia de valor desta atividade, pois os turistas precisam de informações sobre os pacotes turísticos, os operadores turísticos precisam de informações sobre os destinos turísticos, etc; o que gera fluxos de informação entre os vários intervenientes.

Os pesquisadores portugueses apontam dois caminhos de aplicação da informação no turismo: os turistas e os operadores do mercado responsáveis pela comercialização dos produtos turísticos. Cabo Nadal (2002, p.3) destaca que “o turismo é uma indústria com uma grande dependência da informação, na qual os fluxos desta são intensos e constante, e onde o êxito na produção e nas vendas depende em boa parte da qualidade dos processos de informação que se levem a cabo” (tradução nossa)². Do ponto de vista da informação, Cavalcante e Dias (2001, p.1) destacam que “para o profissional da informação, o turismo apresenta-se como um mercado emergente e não-convencional gerador de múltiplas possibilidades de atuação”, o que indica o valor da informação para o Turismo, o qual é abordado como espaço de atuação profissional também para quem atua diretamente com informação. Rafael e Almeida (2014, p.29) afirmam que

a informação é um fator de extrema importância para o setor do turismo pela forma intensiva, ativa e dinâmica com que as organizações a utilizam, manipulam e transmitem. Neste sentido, este foi um setor que

² “El turismo es una industria con una gran dependencia de la información, donde los flujos de esta son intensos y constantes, y donde el éxito en la producción y en las ventas depende en buena parte de la calidad de los procesos de información que se lleven a cabo” (CABO NADAL, 2002, p.3).

mais beneficiou com avanços rápidos e tendências das novas TIC, em particular com o advento e massificação da internet.

É possível advogar que a informação estruturada por tecnologias de informação e comunicação (TIC) em turismo apresenta características específicas oriundas da dinâmica de alteração de informações para comercialização, da natureza complementar dos serviços que compõem a oferta turística, do fato de muitos destinos e vários turistas estarem em diferentes locais do mundo e da intangibilidade dos produtos turísticos (SHELDON, 1989 citado por RAMOS *et al*, 2008).

A relação mútua entre o que pessoas desejam de um destino e o que ele pode oferecer caracteriza os conceitos de oferta e demanda aplicados ao Turismo. Tais conceitos condicionarão o tipo de desenvolvimento turístico em determinada localidade, conforme apresentado nas seções anteriores; assim, oferta e demanda trabalham em medidas diferentes, porém com a mesma essencialidade. De nada adianta ofertar um destino bem estruturado, com atrativos diferenciados, acesso razoável e serviços de qualidade, se não houver turistas para consumir tais produtos - o contrário também se aplica. Se turistas prontos para o consumo da experiência turística não encontram um destino minimamente estruturado (com atrativos diferenciados, acesso, gente acolhedora, locais para se hospedar e se alimentar) não retornarão, nem indicarão o local, a outros. Neves, Biz e Bettoni (2012, p.389) afirmam que “ao encontrar informação sobre produtos e serviços turísticos, o consumidor potencializa uma experiência turística mais completa, segura e satisfatória” (tradução nossa)³; ou seja, existe a necessidade de informações estruturadas para a gestão de destinos turísticos, tais informações incluem de placas indicativas dos atrativos na localidade às condições econômicas da região, ou do país, onde elas estão inseridas. Informações são essenciais para que possa-se saber a qual turista buscar, ou qual área de negócios incentivar no destino em questão. A pesquisa de informações, seja junto a uma agência de viagens ou informalmente, em conversas com amigos, sites ou redes sociais, é essencial para a tomada de decisão do turista e para a realização da viagem. O desfrute da viagem também depende de informações que desde o acesso à determinado local até o horário de funcionamento do atrativo. Esta busca por informação também possibilita o reconhecimento do papel central do agente de turismo na comercialização de viagens e, conseqüentemente, na mediação de informações para os turistas. Ainda que as fontes de informação tenham sido ampliadas pelas as novas tecnologias da informação e comunicação (TIC), as agências de viagens (ou como chamados tecnicamente: os intermediários) continuam sendo procuradas pelos turistas, especialmente em caso de

³ “Al encontrar información sobre productos y servicios turísticos, el consumidor potencializa una experiencia turística más completa, segura y satisfactoria” (NEVES, BIZ e BETTONI, 2012, p.389).

viagens consideradas complexas como viagens de negócios, internacionais, para destinos exóticos, ou até mesmo viagens que envolvem mais de um destino. Nascimento e Silva (2004, p.56) colocam que

considera-se informação em turismo qualquer conjunto de dados organizados, em qualquer que seja o suporte físico ou meio de divulgação, utilizado como recurso estratégico para subsidiar negócios e tomada de decisão, assim como, para fazer publicidade, orientar clientes, turistas em potencial e gerar novos conhecimentos.

Este conceito objetivo é ampliado pelas autoras por meio da classificação da informação por finalidade:

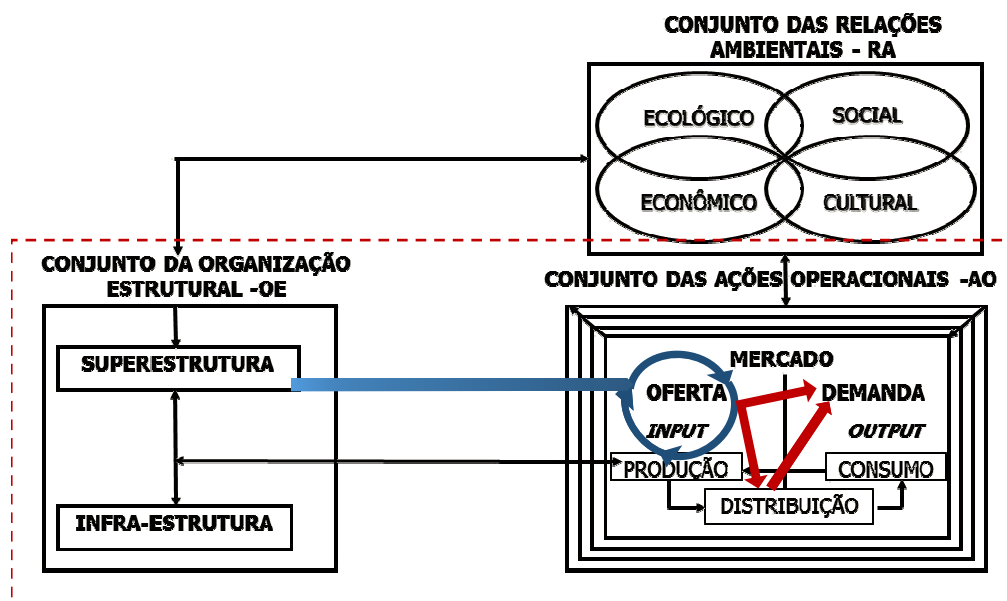
- a) informação para gestão empresarial – conhecimento tácito e explícito que subsidia o desenvolvimento das atividades empresariais;
- b) informação para divulgação do turismo – material promocional para satisfazer as necessidades do cliente, e do turista em potencial, em seu local de origem;
- c) informação para o turista – material de orientação que satisfaça as necessidades dos turistas durante a realização do turismo, isto é, no destino (NASCIMENTO e SILVA, 2004, p.52).

Analisando criticamente o conceito e as definições apresentadas pelo estudo de Nascimento e Silva (2004), é possível classificar o primeiro indicador como 'informação para gestão do turismo', não somente empresarial, uma vez que o Turismo exige a presença e participação do poder público em seu desenvolvimento. Essa discussão travada por atores que compõem a atividade turística foi abordada no capítulo anterior, o qual traçou o Sistema de Turismo e a interdependência entre seus componentes. Todavia, cabendo lembrar que trata-se de um modelo cujo desenvolvimento é próprio a cada destino.

Outra classificação de informação em turismo é apresentada por Cabo Nadal (2002, p.30), o qual considera apenas dois tipos de informação: "(...) a informação turística definitiva, tangível através de suportes físicos (folhetos, guias, cartazes, etc.) que o turista como usuário final manuseia; e, por outro lado, a 'informação-documentação' que precisa ser procurada, administrada e finalmente organizada pelos profissionais do turismo para que possam desenvolver suas funções básicas" (tradução nossa)⁴. Essa classificação parece ser composta pelos mesmos elementos dos indicadores de Nascimento e Silva (2004), porém considera apenas informações para turistas e profissionais do turismo. No intuito de ilustrar tal discussão, tomei como base o SISTUR (BENI, 2001), o qual foi apresentado anteriormente, para demonstrar o fluxo da informação no sistema turístico de acordo com a classificação de Cabo Nadal (2002):

⁴ "(...) la información turística definitiva, tangible a través de soportes físicos (folletos, guías, carteles, etc.) que el turista como usuario final maneja; y por otro lado, la 'información-documentación' que necesita ser buscada, gestionada y finalmente organizada por los profesionales del turismo para poder desarrollar sus funciones básicas" (CABO NADAL, 2002, p.30).

FIGURA 8 - O fluxo informacional turístico a partir do SISTUR

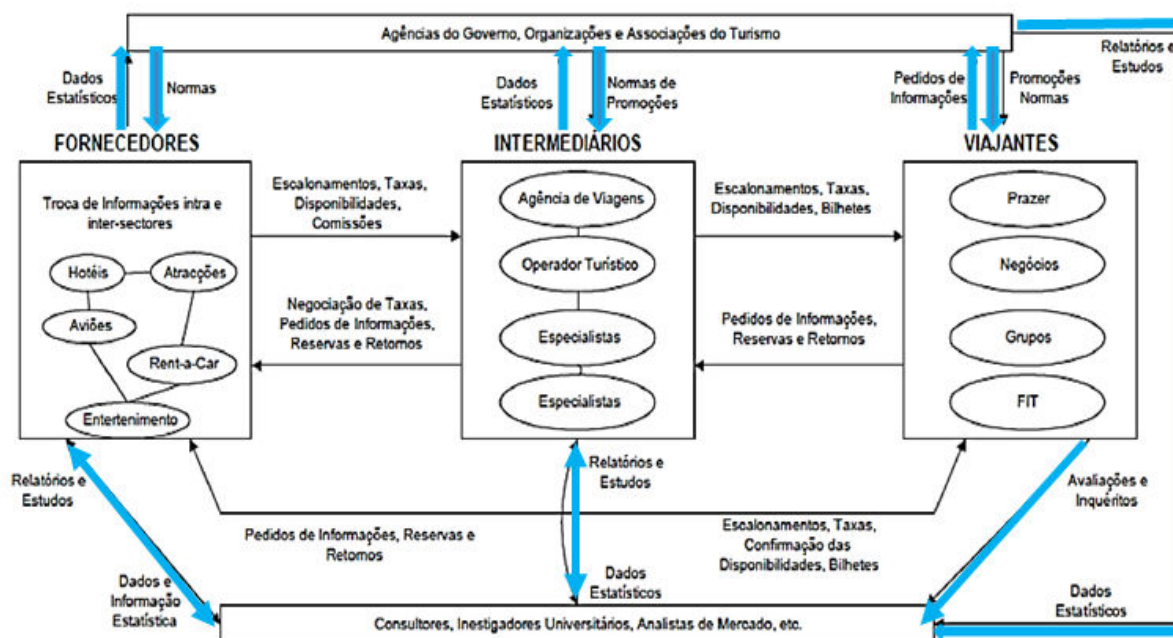


Fonte: elaborado pela autora a partir de Beni (2001).

Os caminhos do fluxo da informação no Turismo, destacados dentro do retângulo pontilhado, foram acrescentados ao esquema do Sistema Turístico de Beni (2001). A seta azul enfatiza um cabedal de informações oriundas do Conjunto da Organização Estrutural, especialmente da Superestrutura; é o campo que rege leis, normas e informações em geral. Tais informações são repassadas aos atores do turismo que compõem a oferta, que por sua vez, além de fazer uso delas, criam seu próprio arcabouço informacional. Todos os conjuntos de informação sinalizados pelas setas azuis são o que Cabo Nadal (2002) chama de 'informação-documentação'. As setas vermelhas ressaltam os conjuntos informacionais direcionados à comercialização, pois o turista (no sentido de demanda turística) pode acessá-los diretamente na oferta, ou por meio de canais de distribuição, canais estes que também captam tais informações na oferta, o que foi sinalizado por Cabo Nadal (2002) como informação aos turistas. Logo, a informação pode ser classificada como **informação em turismo**, quando o fluxo informacional se refere às informações utilizadas para o desenvolvimento da atividade; ou como **informação turística**, quando a informação para comercialização é direcionada ao público-alvo (turistas) ou até produzida com/por ele, nas redes sociais. Esta classificação foi encontrada em outros autores investigados durante esta tese, como por exemplo: O'CONNOR, 2001; NISHIMURA *et al*, 2006; SEABRA *et al*, 2007; PIRES, 2010; RAMOS, 2010; NEVES *et al*, 2012; GUERRA *et al*, 2014; VITAL *et al*, 2014, entre outros. Considerando o objeto da presente pesquisa, destaco a **informação em turismo**, pois é nesta classe de informação que se encontram os relatórios da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região.

Ramos *et al* (2008) também propuseram um esquema para tratar a dimensão do fluxo informacional no turismo. Entretanto, uma vez que se tratava de um esquema construído para uma pesquisa que investigou a informação turística, e não a informação em turismo, os autores apresentaram a produção, intermediação e consumo da informação em maior detalhe ao indicá-los como fornecedores, intermediários e viajantes, bem como, ao colocá-los como peças centrais do processo turístico. De qualquer forma, o esquema representa igualmente os elementos do conjunto que fazem uso da informação em turismo. Assim, a figura abaixo indica, através das setas azuis, o **fluxo da informação em turismo**:

FIGURA 9 - Fluxo da Informação no setor turístico



Fonte: Adaptado de Ramos *et al* (2008, p.27).

O fato é, que o turismo tem na informação o insumo central de seu processo de desenvolvimento, dada a necessidade de deslocamento do turista até o destino escolhido previamente, onde ele realizará suas atividades de lazer e fará consumo do conjunto de serviços que constituem o produto turístico, o qual precisa da informação em turismo para ser constituído. Comparado a outros serviços, o Turismo apresenta algumas singularidades, mas comunga de **características** (já citadas no item 2.4 desta tese) que tomam feições da atividade e que são amplamente discutidas na área, entre as quais: a) intangibilidade (não resulta em propriedade), b) perecibilidade (não pode ser estocado), c) inseparabilidade

(produção e consumo simultâneos), e d) heterogeneidade (não é possível produzir serviços idênticos). Esse contexto cria uma necessidade de tangibilização dos produtos para turistas e de processos de planejamento e prestação de serviços para profissionais da área, o que faz da informação a matéria-prima para o desenvolvimento da própria atividade turística. Cacho e Azevedo (2010, p.45) comentam a amplitude do papel da informação em Turismo

A informação é o principal instrumento e ferramenta de trabalho de um profissional da área. Sem informação não existe turismo, pois o ator principal desse processo, o turista, não reside no local a ser visitado.

Assim, como forma de trazer esse processo de contextualização da informação para o Turismo, um livro recente, mas que vem sendo considerado um marco na literatura científica de Turismo no Brasil, pois compila as principais teorias da área, foi referenciado na presente tese. A obra em questão intitula-se 'Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas', de Guilherme Lohmann e Alexandre Panosso Netto (2008). Atualmente, o livro está em sua segunda edição, a qual foi versada para o inglês e publicada em 2016. Assim, por meio de seu índice remissivo, a palavra 'informação' foi recuperada e encontrada em doze páginas pertencentes a sete capítulos diferentes. As ocorrências foram organizadas no quadro 6 por capítulo; o enfoque foi atribuído como segue:

QUADRO 6 - A informação na obra Teoria do Turismo

Capítulo	Enfoque
Sistema Turístico de Cuervo (pioneiro da teoria de sistemas em turismo)	A informação como parte do sistema turístico.
Lazer	Informação como parte do conjunto de ocupações que compõem os momentos de lazer dos indivíduos.
Pós-modernidade e Turismo	Informação aliada à tecnologia como forma de educar consumidores (turistas) e prestadores de serviços (atores do turismo) no contexto da pós-modernidade.
Mercado Turístico	Informação como componente das ferramentas de promoção calcadas na tecnologia (<i>websites</i> , portais de viagens <i>on-line</i>) que permitiram a abertura dos mercados, levando em consideração os compradores /turistas de qualquer parte do mundo.
Cluster de Turismo	Informação como ferramenta de tomada de decisão estratégica para a formação de regiões turísticas a partir de suas similaridades, e não a partir de questões políticas e/ou geográficas.
Modelo Conceitual de Klenosky & Gitelson	Informação como ferramenta de trabalho dos agentes de viagens estudados no modelo como sendo responsáveis por recomendar (ou não) destinos, a partir da informação.
Canais de Distribuição	A distribuição o de informações é considerada função-chave dos canais de distribuição/comercialização do produto turístico, em função de características que exijam tangibilização.

Fonte: elaboração própria a partir de Lohmann e Panosso Netto (2008).

Dos sete elementos do Quadro 06, três pertencem à área de mercado e comercialização (mercado turístico, modelo conceitual de Klenosky & Gitelson e canais de distribuição), aqui chamado de informação turística, e colocam a informação como centro desse processo, além de irem ao encontro da necessidade de tangibilização por meio da

informação. Outras duas citações da referida obra versam a respeito de processos estratégicos (sistema turístico de Cuervo e *cluster* de turismo), nos quais a informação é colocada como insumo para estes dois modelos de planejamento estratégico do turismo e pode ser classificada como informação em turismo. Por fim, é possível citar o estudo científico sobre Turismo ancorado nas Ciências Sociais mencionados em dois capítulos da obra analisada (pós-modernidade e lazer). De acordo com a obra em questão, a **Informação** é considerada uma **ferramenta para o Turismo**, quer seja como meio de tangibilização na área mercadológica, quer como ferramenta de gestão nos processos estratégicos, ou ainda, nos estudos do Turismo no contexto das Ciências Sociais.

Uma dissertação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) fornece outro referencial interessante que apresenta a relação Informação e Turismo baseada em proposições de autores internacionais de referência na área do Turismo, bem como, de um autor brasileiro que pesquisa a pós-modernidade, o Professor da USP, Luiz Gonzaga Godoi Trigo.

QUADRO 7 - Relação da atividade turística com a informação

Autor	Relação do turismo com a informação
Poon 1988	Na rotina da atividade turística existe a geração, coleta, processamento, aplicação e comunicação de informação. A informação é o laço que amarra todos os componentes da indústria turística. Os links entre integrantes do <i>trade</i> ⁵ turístico são os fluxos de informação.
Sheldon 1984; 1993	O mundo tem apresentado mudanças incontestáveis, numa velocidade cada vez maior. A atividade turística – assim como a infinidade com outras áreas – depende cada vez mais da informação. A informação tem (...) uma grande importância no turismo.
Naisbitt 1994	“Com o crescimento do turismo e com a sofisticação crescente dos viajantes, a demanda por informações levará a uma interconectividade [dos agentes envolvidos no setor] ainda maior”. (p.132)
Perdue 1995	A disponibilidade de informações pode definir a ida de turistas a determinadas localidades. A satisfação do turista pelo local depende da informação e, eventualmente, pode definir o retorno do turista àquela região.
Buhalis 1998	Informação é vital para a indústria de viagens
Trigo 1999	A informação no mundo atual é produzida em massa, como uma mercadoria qualquer. Pode ser vendida, consumida ou trocada. (p. 47)
O'Connor 2001	A atividade turística depende cada vez mais da informação. A informação é o nutriente básico do turismo.
Middleton 2002	O turismo é um mercado totalmente baseado no fornecimento de informações
Schertler citado por Stamboulis e Skayannis	O turismo é o negócio da informação. A informação é o principal suporte para os negócios acontecerem.

⁵ A terminologia *trade* turístico é utilizada para se referir aos entes públicos e privados que atuam direta e/ou indiretamente na atividade turística de um determinado destino, tais como: hotéis, restaurantes, agências de receptivo, centros de convenções, secretaria de turismo (atuação direta), empresas de transporte, lojas do comércio, farmácias, supermercados, associações comerciais (atuação indireta).

2003

Fonte: De Lucca Filho (2005, p.32)

De modo interessante, o Quadro 7 mostra a informação na atividade turística relacionada à 'indústria das viagens' mais como informação turística (citada cinco vezes) do que como conhecimento de um fenômeno social, antropológico e econômico que caracteriza a informação em turismo (quatro citações). Entretanto, independente do enfoque, as obras que compõem o referido quadro destacam a importância, e essencialidade, da informação para o turismo ou para as viagens, pois ressalta a informação como ferramenta para o desenvolvimento turístico, especialmente entre autores que fizeram a abordagem da relação turismo e informação a partir da comercialização.

A existência de informação, por si só, não garante que o uso dela será adequado, pois ainda que haja informação em abundância, há uma resistência considerável em confiar nas fontes. Nesse sentido, a credibilidade de quem fornece os dados tem um papel fundamental tanto no mercado quanto na academia. Smit (2012, p.93) alega que "o conhecimento é elaborado por cada indivíduo a partir de apropriações de informações disponibilizadas de diversas maneiras (...)". Nesse contexto, Cacho e Azevedo (2010) afirmam que os diferentes canais de acesso à informação vêm fazendo do turista um cliente mais exigente e tornando as empresas do mercado turístico mais qualificadas.

Assim, cabe destacar o papel transformador da **tecnologia** no processo informacional, o qual inclui o turístico. Capurro e Hjørland (2007, p.149) afirmam que "é lugar comum considerar-se a informação como condição básica para o desenvolvimento econômico juntamente com o capital, o trabalho e a matéria-prima, mas o que torna a informação especialmente significativa na atualidade é sua natureza digital".

A informação em turismo se encontra neste contexto, especialmente nas inovações tecnológicas implementadas nas áreas de transporte e comunicação. Em larga escala, é possível recordar que, em um passado recente, o processo de aquisição de passagens aéreas, ou de reservas em hotéis, era manual e demorado, pois implicava o uso dos chamados intermediários do turismo, ou seja, agentes e operadores de viagens. Com o desenvolvimento de sistemas de informação, atrelados à internet, os canais de distribuição se modernizaram, ganhando-se tempo e precisão, além de efetiva aproximação entre atores do destino turístico e turistas. O mesmo pode ser aplicado à segurança, ao tempo e ao conforto relacionados aos meios de transportes e à evolução tecnológica.

Entretanto, a informação em turismo pode ser considerada fundamental tanto no passado quanto no momento atual, embora a diferença em sua quantidade e na velocidade com que transita dependendo da tecnologia adotada. A popularização da internet gerou no mercado turístico a discussão sobre o futuro dos agentes de viagens, os quais

paulatinamente deveriam ser substituídos pela tecnologia. Contudo, diante do desafio da sociedade atual de transformar informação em conhecimento, o profissional que agencia viagens teve que se adaptar, ao invés de buscar uma nova profissão. Guerra *et al* (2014, p.408) refletem que “a busca de informação turística é vista como resultado de um processo dinâmico, no qual os viajantes usam vários tipos e quantidades de fontes para responder às contingências internas e externas referentes ao planejamento de viagens”. O mesmo é possível ser dito acerca da oferta, pois atores em turismo fazem uso de diferentes fontes de informação para seu planejamento turístico em uma localidade. Este processo é igualmente facilitado pelo advento da tecnologia, quer seja para acessar um banco de dados público, quer seja para acompanhar as percepções dos turistas por meio das redes sociais; enfim, as possibilidades e transformações geradas pela tecnologia na sociedade contemporânea, obviamente, atingem também a atividade turística.

Assim, considerando a amplitude da informação em turismo, suas vertentes relacionadas ao planejamento do turismo (oferta), bem como a organização de viagens (demanda) e, observando esta amplitude frente aos aspectos que envolvem a tomada de decisão em turismo, apresento a seguir o capítulo que traz os elementos da organização. Acredito que tais elementos auxiliarão a construção da trajetória para se o alcance dos objetivos aqui propostos.

3 ELEMENTOS DA ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Este capítulo discute algumas bases teóricas da organização de informação. A partir da compreensão da informação na contemporaneidade e de sua mediação, reflito acerca do usuário para então apresentar o fluxo informacional, a informação estatística, bem como os aspectos da linguagem para a organização da informação visando apropriação.

3.1 Mediação da informação

A primeira reflexão necessária para levar este capítulo adiante trata-se da **informação** em Ciência da Informação, ainda que o esforço seja limitado para contemplar a questão em sua plenitude. A partir das pesquisas de Capurro (2003) é possível perceber as transformações que o entendimento sobre informação sofreu na área. Ele descreve a informação em uma perspectiva física, passa pelo processo cognitivo do usuário desta entidade física, e chega à informação enquanto fenômeno social ao considerar as dimensões tangíveis (física) e intangíveis (cognitiva) da informação contextualizadas em práticas intersubjetivas de diferentes sujeitos. Não se tratam de paradigmas estáticos e isolados de informação, mas de modelos que foram gerando pesquisas complementares nas diferentes subáreas do campo, e contribuindo para tal construção. Em outro texto, escrito junto com Hjørland, Capurro destaca a informação na contemporaneidade como conhecimento comunicado de natureza digital (CAPURRO e HJORLAND, 2007).

Rendón Rojas (2005, p.53) apresenta a informação relacionada à linguística ao destacar que "(...) a informação não existe como um ente acabado ou autônomo, mas sim, é construída a partir do mundo material, e existe como qualidade secundária de um objeto particular: o signo linguístico registrado" (tradução nossa)⁶. A importância da reflexão do autor está no destaque à constante transformação da informação a partir de sua dimensão física, mas com essencialidade no significado. O destaque para o registro da informação é encontrado também em outros pesquisadores, como Smit (2012), o qual afirma que a informação como objeto de pesquisa na Ciência da Informação deve ser institucionalizada, pois "o registro torna a informação menos volátil e mais portátil" (SMIT, 2012, p.85). Outra questão importante colocada pela autora é a instituição que disponibiliza esta informação, uma vez que

⁶ (...) la información no existe como un ente acabado y autónomo, sino que es construida a partir del mundo material, y existe como cualidad secundaria de un objeto particular: del signo lingüístico registrado (RENDÓN ROJAS, 2005, p.53)

A informação disponibilizada por uma instituição passa a ser uma informação 'que existe', ou seja, que é socialmente considerada existente, importante e potencialmente útil para alguém, ou alguma instituição, em algum momento, próximo ou distante. A informação institucionalizada carrega um "selo de qualidade", pois é fruto de opções e foi considerada digna de ser preservada (SMIT, 2012, p.86).

A percepção da informação registrada a partir da linguagem, e da institucionalização, vem ao encontro do processo de **mediação** aqui abordado, pois ele estabelece determinados parâmetros: se há uma instituição posta, o processo de mediação – e os elementos que a compõem – será estabelecido a partir dessa instituição, que por sua vez, se configura como instituição social, ou seja, o contexto social da instituição indica seu lugar na conceituação da informação. Assim, considerando a relação entre informação e instituição no âmbito da Ciência da Informação, tem-se que

O objeto da Ciência da Informação relaciona-se, portanto, à intervenção que é realizada entre a produção e o uso da informação, por meio da elaboração de registros ou inscrições, e demais atividades que possibilitam a permanência destes registros para acesso e usos posteriores. Está em questão um fazer informativo que visa o uso qualificado da informação, cuja orientação é construída segundo interesses institucionais e seus públicos, mas não subordinada acriticamente a eles (ORTEGA, 2013, p.3).

A questão de não subordinação abriga importante reflexão, através da qual é possível destacar o papel das instituições durante o processo de mediação desde a produção e/ou seleção da informação junto aos possíveis usuários. O uso da palavra 'intervenção' aponta para um processo de mediação mais lógico que mecânico, mais simbólico que automático, o que requer a compreensão da totalidade da situação institucional. Em outras palavras, a mediação requer uma concepção clara sobre a informação em questão, além de um entendimento mínimo acerca do sujeito que talvez faça uso dela.

Silva (2010, p.14), por sua vez, conceitua mediação "como instância articuladora entre diferentes partes sempre em determinadas situações e contextos", o que traz, uma vez mais, a importância de se levar em consideração as instituições, contextos e a intersubjetividade dos sujeitos envolvidos.

É preciso destacar, ainda, a compreensão da mediação da informação sob um ponto de vista teórico em Ciência da Informação, dada sua relevância para a construção do conhecimento. A reflexão a esse respeito é de Davallon (2007, p.19-20), para quem

Enquanto investigador, se eu quiser utilizar o termo mediação enquanto conceito, é-me necessário, primeiro e antes de mais, (i) assumir que esse questionamento pertence à filosofia; (ii) mas procurar a pertinência e a validade da noção de mediação na investigação em Ciências da Informação e da Comunicação.

A reflexão acerca do processo de mediação da informação dá os alicerces necessários para as ponderações, problematizações e questionamentos nela implícitos. A

princípio, é importante retomar a ponderação de Silva e Gomes (2013, p.39), os quais afirmam que o conceito de mediação “deve ser observado de forma investigativa, factual e crítica no seio das relações cotidianas, visando conceber problematizações e reflexões científicas, o que permitiria conceber um conceito mais sólido e percebido de mediação”.

Porém, diante das referências consultadas para a realização desta pesquisa, a reflexão acerca do conceito de mediação careceu de aprofundamento. O termo mediação é usado para aglutinar, sob uma mesma holofote, uma operação ou um conjunto de operações, não para dar significado a elas. A citação de Almeida Júnior (2009, p.91) confirma essa percepção ao afirmar que “como em muitos casos os textos sobre o tema – ou que, de alguma maneira, o abordam – consideram seu conceito intuitivamente assimilado, apreendido e compreendido”. Nesse sentido, outros autores intencionam destacar a mediação como sendo processual, pois depende da relação direta entre informação e o profissional responsável pela mediação ao enfatizar a questão do significado. Conforme Sanches e Rio (2010, p.108)

Percebemos nos estudos referentes à Mediação da Informação o conceito de informação como uma estrutura que tem em seu cerne a potencialidade da significância que eclode ao confrontar-se com a realidade conceitual do indivíduo e que para isso necessita de um documento como veículo de comunicação. Nesse sentido, o que se compreende por informação se constitui mediante um processo de interação entre elementos disponíveis na unidade de informação, que por ora podemos chamar de proto-informação⁷, e o usuário.

Cabe indicar o lugar da mediação como meio para se atingir a construção de conhecimento no âmbito do usuário considerando-o como membro da sociedade em geral. De acordo com Tonello *et al* (2012, p.22)

Dado o significado, cada vez maior, das informações na construção e disseminação do conhecimento, [...] evidenciam-se os processos de disseminação, transferência e apropriação da informação, os quais estão relacionados com a mediação da informação.

Oliveira (2011, p.11) destaca a dimensão processual da mediação ao constatar que ela não se trata simplesmente da relação entre sujeitos e conteúdos, mas de uma “experiência que emerge e se insere no interior de dispositivos, ou seja, que atua segundo premissas, paradigmas, intenções”. Tal constatação corrobora Marteleto (2013), o qual cita as mudanças nos estudos de mediação, pois não fala mais em transmissão linear, mas em

⁷ Este termo é tratado por Almeida Júnior (2008) que delega o nome ‘proto-informação’ à informação registrada em documentos, estruturada com códigos da escrita, ou seja, uma possível informação ou uma ‘informação latente’, que para se tornar informação necessita de um processo que vai da comunicação, via documento, até a transformação do conhecimento de uma pessoa.

processo com intervenções técnicas, sociais e culturais. A autora destaca ainda que essas mudanças vêm acontecendo nos âmbitos da comunicação e da informação (MARTELETO e COUZINET, 2013).

Cabe ponderar essa relação (comunicação e informação), a qual é muitas vezes aceita como direta, o que aponta para o fato de que informação implica em comunicação. Desse modo, pode-se dizer que “a mediação tem como alvo a comunicação – que se dá via informação – entre a representação do objeto e o sujeito que a interpreta” (ORTEGA, 2013, p.3). Há que se considerar que o processo de mediação colabora com a construção do conhecimento por seu impacto, o qual implica alguma transformação na situação, e não tanto uma simples interação entre dois elementos, ou a mera transferência de informação entre polos (DAVALLON, 2007). O simples fato de a informação estar estruturada e apresentada em forma de documento, não garante a efetividade da comunicação. Para que todo esse processo aconteça, é necessária tomar posse da informação, cujo “processo é influenciado pelos modos de oferta dos conteúdos e pelos mecanismos de acesso” (ORTEGA, 2015, p.59).

Nos estudos sobre mediação, em especial sobre sua relação com a comunicação, a criação de significados é etapa do processo e caminho para a apropriação (ALMEIDA, 2012). Nesse contexto, o desafio está em encaminhar soluções para a questão da relação do usuário com a informação e para tanto. Amorim (2007) apresenta a abordagem de Polistchuk e Trinta para explicitar a complexidade desse processo, propondo que

Mediar significa criar entre duas partes um ponto de referência comum, mas equidistante, que a uma e a outra faculte o estabelecimento de algum tipo de inter-relação. Mediações são estratégias de Comunicação. Pelas mediações de que participa, o ser humano representa a si próprio e aquilo que se passa em seu entorno, fazendo com que ocorra uma positiva produção de sentidos, a serem propostos e transacionados, e, finalmente, partilhados (POLISTCHUK e TRINTA citados por AMORIM, 2007, p.21).

Pensar a mediação da informação como estratégia de comunicação permite considerar a representação da informação como elemento que atua na relação entre informação e usuário, ou seja, que cumpre um papel fundamental na criação de significado para aquilo que será comunicado. Assim, a linguagem é elemento essencial da representação e recuperação da informação, e conseqüentemente, do processo de comunicação estudado, atualmente, como estratégia de mediação

A língua e os símbolos fundam as mediações, porque asseguram, no decurso do uso que é feito pelos sujeitos, a apropriação específica dos códigos colectivos, uma vez que são códigos socialmente determinados, tem regras e estruturas colectivas, que cada pessoa usa para se exprimir a título individual (RIBEIRO, 2009, p.29).

Rejowsky e Kobashi (2011) destacam que a construção de instrumentos de mediação é coletiva, representa determinada área do conhecimento e atua entre o usuário e o sistema de informação. Cada área do conhecimento apresenta características próprias que influenciarão diretamente tais processos. Essas possibilidades de organização da informação permitem a adequação à realidade do usuário, ao irem ao encontro do processo de mediação, o qual considera que a apropriação da informação só se dá na percepção do outro.

Dessa forma, reafirma-se a mediação como processual ao considerar-se que ela apresenta uma dimensão voltada ao contato com o usuário final. Para que tal processo se dê, é necessário que haja dimensões anteriores de intermediação pautadas institucionalmente, conforme afirmam Almeida Júnior e Bortolin (2008 citados por TONELLO *et al*, 2012, p.26)

A mediação, ou o fazer do profissional da informação, deve ser separada em dois momentos: a mediação explícita, que seriam as atividades-fins nos sistemas informacionais, como, por exemplo, no chamado serviço de informação e referência; e a mediação implícita, que seriam as atividades-meio, como a aquisição, o processamento da informação e outros.

Há que se considerar, portanto, que o processo de mediação, ainda que tenha foco na relação com o usuário, não se limita ao contato direto. A dimensão processual é tratada por Marteleto (2010, p.36) quando fala em “múltiplas mediações que se produzem nos processos de produção, circulação e apropriação da informação”. Assim, o **papel do profissional responsável pela mediação** deve agir com consciência sobre sua função de intermediador ao aproximar dados e indivíduos considerados independentes (PERROTTI e PIERUCCINI, 2007), bem como agir mecanicamente, apenas repassando informações. Do ponto de vista técnico, cabe a este profissional criar instrumentos que potencializem o acesso à informação ao oferecer ganho ao usuário através da proposição de significados da informação desejada. Refletindo acerca da informação em turismo, o profissional de turismo, quer seja no âmbito público quer na iniciativa privada, deve considerar a informação, e seu fluxo, para a obtenção de êxito em negócios turísticos (BISSOLI, 1999).

De qualquer forma, a clara noção sobre a centralidade da informação, e da importância de seu fluxo, acarreta ao profissional a execução da mediação, do cuidado ao realizar seu trabalho de forma consciente no que toca o desafio de atuar, sem manipular a informação. Silva e Gomes (2013) afirmam que a mediação deve colocar o usuário como sujeito que precisa ser atraído durante o processo, e não objeto manipulado de forma arbitrária. Esta discussão é encontrada também no texto de Almeida Júnior (2007), o qual afirma que a linha entre interferência e manipulação é muito tênue e, quiçá, não perceptível. Em outro trabalho, o mesmo autor indica que a própria “informação está imersa em

ideologias e em nenhuma hipótese se apresenta desnuda de interesses, sejam econômicos, políticos, culturais, etc.” (ALMEIDA JÚNIOR, 2009, p.93). Isso quer dizer que a gênese da informação, e seu uso, são intencionais e, portanto, imbuídos de interesse. Nesse sentido, em uma postura mais próxima ao cotidiano e, ao mesmo tempo, calcada no processo científico, Lara e Cioffi (1998) advertem quanto a impossibilidade de haver neutralidade na ação dos indivíduos, fato que justifica a afirmação de que a ideia de neutralidade emerge como ‘herança’ das pesquisas ligadas às ciências da natureza.

Observar o papel do profissional responsável pela mediação da informação permite retomar a problematização a partir do contexto institucional no qual a mediação acontece, bem como a significação atribuída às informações. As decisões deste profissional precisam considerar o usuário final, retomar a ideia de que o pensar - como fazer - recai sobre uma ciência social aplicada, ou seja, precisa dar respostas às questões apresentadas pela sociedade e seus membros. Ortega (2012, p.10) afirma que

a mediação da informação não ocorre apenas no final, ou seja, no momento em que o usuário aciona o sistema ou quando se dá o serviço de referência, mas quanto ao conjunto de propostas de significação que constituem o sistema e que são realizadas a partir dele, e demais atividades sistêmicas e contextualizadas visando apropriação da informação pelo usuário.

Portanto, há um elemento intrínseco apresentado, os **usuários da informação** que são parte do processo de mediação, pois as mediações se dão entre usuários. Ortega (2015, p.4) também constata que “(...) foi constituída uma abordagem de ênfase sobre o termo usuário e sobre o termo mediação, em que ambos são antes enunciados que significados”. A falta de fundamentação, ou pelo menos de uma breve reflexão, acerca dos elementos que compõem uma investigação dificulta o desenvolvimento dela; assim, há a necessidade de refletir, de forma mais profunda, a respeito deste **elemento** da mediação.

O usuário de informação “assim se constitui quando um indivíduo é abordado a partir de um certo contexto institucional em situação de uso (real ou potencial) de informação, na perspectiva de ações profissionais, portanto, ações sistemáticas e objetivas” (ORTEGA, 2012, p.5). Este conceito de usuário destaca a abordagem do sujeito em contexto institucional, o que remete ao quão útil a informação deve ser para o usuário. Smitt (2000) destaca que o usuário pode ser um indivíduo, mas também, uma instituição ou grupo social, desde que revele uma necessidade informacional. Em outro texto, Ortega aborda o sentido de utilidade como “aquilo que tem valor, que serve para algo, em geral, necessidades humanas, mas não no sentido puramente instrumental” (ORTEGA, 2016, p.10) A relevância da utilidade para a questão do usuário emerge no contexto institucional explicado pela mesma autora, para quem a Instituição compreende a instituição social não necessariamente caracterizada por uma pessoa jurídica (ORTEGA, 2016).

Contudo, é preciso destacar que trata-se de sujeito enquanto usuário, mas que não é, efetivamente, um usuário até que a mediação da informação aconteça. Este processo não se dá de forma natural, logo, é importante refletir sobre quem é este usuário a partir da questão proposta por Smit (2012, p.97): “o usuário tem condições de contextualizar a informação documentária (elaborada pela instituição) que serve de mediadora entre ele e o estoque informacional? “. Deste ponto de vista, o indivíduo precisa ser sensibilizado para tornar-se um usuário. A partir de sua sensibilização, cabe ao indivíduo o papel de destaque no processo de transformar informação em conhecimento, o qual é realizado de forma individual, ainda que o objetivo seja agrupar esses indivíduos em determinadas categorias das atividades de organização e serviços de informação.

Alguns autores propõem que o usuário não é simplesmente um consumidor de informação, mas parte do processo de mediação, no qual acontece a produção de conhecimento a partir da informação mediada (COHEN, 1995; ALMEIDA JÚNIOR, 2007). Nessa mesma linha, Silva e Gomes (2013, p.40) afirmam que mediação é “fornecer ao usuário inúmeras possibilidades de interpretação”. Lara *et al* (2002, p.90) fazem uma ponderação pertinente quanto a busca do usuário ao afirmar que “mais do que garantir a permanência em determinados grupos, esses usuários buscam informações para aumentar a oportunidade de sobrevivência e atuação desses grupos”.

Mesmo que ambos, emissor e receptor de informação, estejam aptos a oferecer um significado à determinada mensagem, este processo precisa ser uma via de mão dupla. Assim, a mediação entre informação e usuário é um elemento da comunicação que permite a troca social, na perspectiva de que “os universos da produção e da recepção são *a priori* disjuntos por natureza” (DAVALLON, 2007, p.22).

A vontade de encontrar uma informação faz com que o usuário busque uma maneira de acessá-la. Smit (2009) destaca que o acesso à informação é um procedimento físico espacial, enquanto que sua transferência significa uma operação cognitiva, pessoal e subjetiva de apropriação. Em outras palavras, este processo de mediação em que primeiro há o acesso e, em seguida, a transferência requer ações distintas

A discussão do acesso levantará, num primeiro momento, questões de tecnologia, linguagem e procedimentos de organização da informação, ao passo que a compreensão do processo de transferência pressupõe primordialmente a mobilização de conceitos sociológicos e psicológicos. (SMIT, 2009, p.59)

Considerando a esfera da informação em turismo aqui destacada – estratégia para a oferta –, a reflexão a respeito do usuário toma proporções bastante relevantes e exige diferentes posturas do **profissional de turismo enquanto mediador**. A partir da oferta composta pelos atores em turismo, considerar os membros da comunidade do destino

turístico como usuários significa olhar tanto para entes públicos quanto privados. Estes entes conhecem bem as informações sobre seus setores (alimentação, hospedagem, receptivo, transporte, comércio, etc.), mas precisam ser contextualizados na atividade turística. Quando suas informações são oferecidas em meio digital, a mediação se torna mais complexa, conforme propõe Davallon (2012, p.24): “(...) o fato – certamente óbvio, mas que deve ser reconhecido e do qual se deve tomar consciência – de que a cópia digital introduz uma mediação entre o usuário e o objeto original. Uma *mediação* que pode assumir formas diferenciadas se desdobrará em *mediações*”.

Assim, faz-se necessário incluir o “usuário no fluxo informacional, de modo a alimentar um canal de comunicação em mão dupla entre instituições, respectivos acervos e usuários” (SMIT, 2012, p.99). Então, é necessário compor um determinado contexto, observando os fluxos informacionais, conforme demonstrado a seguir.

3.2 Fluxo informacional

Uma vez constatado o desafio de mediar informação, levando em consideração o papel do usuário neste processo, é preciso compreender o fluxo informacional e o lugar da organização da informação nele. Neste contexto, Mendes (2014, p.37) afirma que a partir do estudo de diversos autores de referência na área da Ciência da Informação

Atualmente a área entende que a existência de estoques informacionais somente faz sentido se os mesmos forem construídos de acordo com a comunidade a que se destinam, de maneira a [sic] que possa haver a transferência ou comunicação dos conteúdos presentes nos estoques informacionais.

Para compreender o fluxo informacional, é preciso considerar, então, não só o estoque de informações, mas pensar sobre para quem ela foi constituída, de maneira a construir um determinado processo de organização da informação. Aguiar (2006) sugere que diante do escopo dos estoques informacionais, e da abrangência do universo dos usuários, faz-se necessária a organização e recuperação da informação.

Smit (2009, p.62) afirma que a organização da informação pode ser considerada o “núcleo duro” da Ciência da Informação, sendo este o diferencial da área em relação a outras que pesquisam o tema. Pode-se supor que ainda que a informação seja considerada como essencial nas relações humanas, seu potencial de assimilação por parte do usuário será consideravelmente maior se estiver organizada para este fim. Lara (2007, p.148) afirma, por sua vez, que “a informação é geralmente compreendida como inscrição organizada, construção institucional e intencional formulada segundo objetivos específicos que deve ser formalizada para integrar sistemas informacionais”. Essa integração será realizada por meio

de intervenção na produção e uso da informação, podendo ser ela o objeto da Ciência da Informação (ORTEGA, 2012). Entretanto, outros elementos compõem o fluxo informacional entre produção e uso, destacando-se o contexto institucional já citado. Contudo, também é importante enfatizar o papel dos usuários neste contexto e suas possibilidades cognitivas de apropriação, as linguagens voltadas à construção de significação, as formas de acesso e transferência, entre outros. Tais ações constituem um conjunto de fatores que precisam ser combinados para resultar na transformação da informação em conhecimento à luz do que foi discutido na mediação da informação. De acordo com Ortega (2012, p.7)

A **organização da informação** é o conjunto de procedimentos que se inicia com a identificação de documentos e de públicos e a seleção dos primeiros a partir da relação estabelecida entre ambos, e se dá propriamente pelas atividades de ordenação de documentos (quando é o caso) e de representação dos mesmos em sistemas (grifo da autora).

Este conjunto de procedimentos ocorre de forma sistêmica, e leva em consideração o fato de que a informação passa por um processo deliberadamente pré-definido e baseado em uma racionalidade técnica desde sua coleta até sua recuperação (SMIT e BARRETO, 2002). Segundo Robredo e Cunha (1994) “no processo documentário, como em qualquer outro processo ou sistema, podem se distinguir a entrada, o tratamento ou processamento e a saída”. Os autores ainda comentam que muitas vezes não é fácil diferenciar claramente as várias etapas existentes quando eles são referentes à entrada ou ao processamento, pois, em geral, cada etapa prepara para a posterior; a anterior pode ser considerada entrada para a que será estudada. Tálamo e Smit recordam que

O objetivo do campo da Ciência da Informação, nesse sentido, é a formulação de sistemas significantes dos conteúdos registrados para fins de recuperação da informação. Tais sistemas significantes constituem a informação qualificada para recuperação e uso dos conteúdos originais. Por isso, tais sistemas funcionam como memória social (TALAMO, SMIT 2007, p.41).

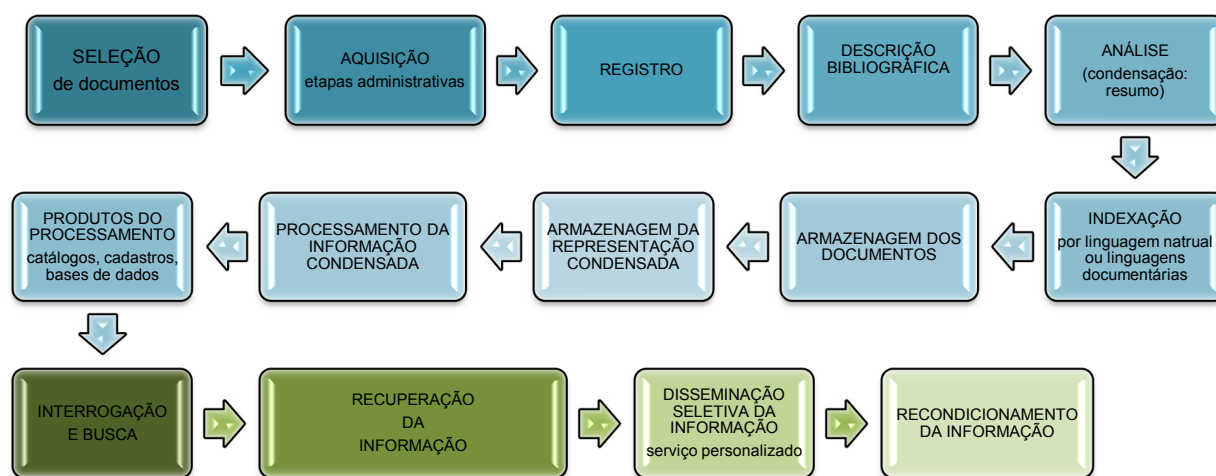
Se a área, como um todo, ocupa-se da organização e recuperação da informação (SMIT, 2009), há que se considerar a importância da primeira enquanto conjunto de procedimentos, e da segunda, enquanto objetivo. A recuperação da informação fornece significado à existência de estoque informacional, uma vez que:

Esse repositório de informação representa um estoque potencial de conhecimento e é imprescindível que exista, para que se realize a transferência da informação. Contudo, por ser estático, o estoque não produz, por si só, qualquer conhecimento. As informações armazenadas (...) possuem a competência para produzir conhecimento, mas este somente se efetiva a partir de uma ação de comunicação mutuamente consentida entre a fonte (os estoques) e o receptor: a produção dos estoques de informação não possui um compromisso direto e final com a produção de conhecimento (SMIT e BARRETO, 2002, p.14).

Operacionalmente estes estoques são acessados a partir de uma abordagem sistêmica. A cadeia de elementos integrados, pelos quais a informação passa desde a

seleção de documento, seguindo pelas etapas de classificação e armazenamento, até sua recuperação, representa um sistema no qual a informação é o *input*, e as pessoas informadas o *output*, pois não há como garantir a transformação da informação em conhecimento, uma vez que o processo depende do usuário. Estas etapas, de forma geral e ampla, são propostas por Robredo e Cunha conforme segue:

FIGURA 10 - Principais operações do processo ou ciclo documentário



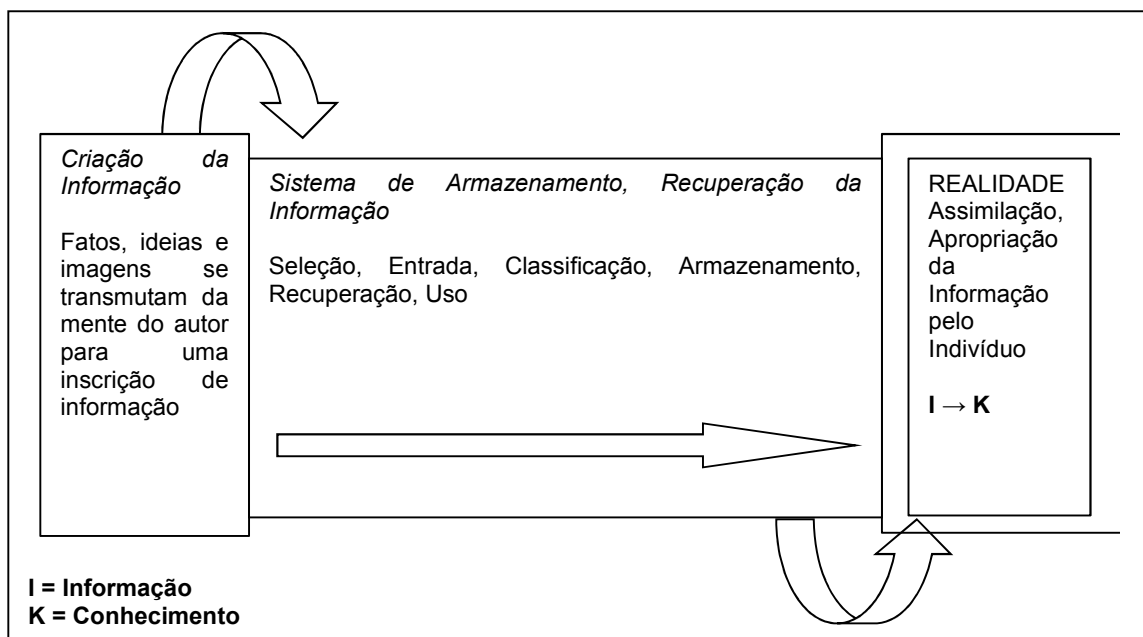
Fonte: elaborado pela autora a partir de Robredo e Cunha (1994, p.8-9).

A importância de observar o **ciclo documentário** apresentado na figura 10 está diretamente relacionada à compreensão do processo de pensar a informação na perspectiva do trabalho do profissional da informação. A figura deixa claro o processo de organização da informação: os itens apresentados em tons de azul indicam as etapas da organização da informação, enquanto que os itens apresentados em tons de verde apontam para os serviços do ciclo documentários. Entretanto, o desenrolar do fluxo informacional não se dá de forma automática e linear, conforme reflexões apresentadas no item 3.1 (mediação da informação). Cabe ainda destacar a necessidade de se compreender o grupo que fará uso dos estoques informacionais, para que possa-se selecionar as informações que irão compor o sistema de organização destes estoques informacionais (MENDES, 2014). Por fim, para que o fluxo informacional aconteça entre estoques informacionais e usuários, dois critérios são apresentados: o da tecnologia que persegue maior e melhor acesso à informação disponível; e o da própria Ciência da Informação, a qual deve intervir no sentido de qualificar o acesso à informação a partir do receptor (SMIT e BARRETO, 2002). Qualificar a

informação com foco no receptor traz destaque para o papel da linguagem dentro do processo, o que remete a certo contexto institucional, no qual os elementos estão inseridos.

Portanto, outro esquema, no qual são descritos os fluxos da informação separados em interno e extremos, auxilia o processo de compreensão do fluxo informacional - não nas etapas que o compõem, mas no percurso que a informação faz, Smit e Barreto:

FIGURA 11 - Fluxo interno e os fluxos extremos da informação



Fonte: Smit e Barreto (2002, p. 14).

Os autores ainda explicam que são três os fluxos seguidos pela informação até ser acessada em seu estoque:

- a) um fluxo, interno ao sistema de captação, seleção, armazenamento e recuperação da informação; b) um fluxo de passagem da informação de seus estoques para a realidade onde habitam os receptores da informação – é onde se processa a assimilação e o conhecimento a partir dessa informação e c) um fluxo de entrada onde a criação do autor se consolida em uma inscrição de informação (SMIT e BARRETO, 2002, p.13).

O fluxo informacional que define a Ciência da Informação é o de primeiro nível, chamado de interno, uma vez que acontece no próprio sistema com a finalidade de organizar e controlar. Os fluxos extremos são representados do lado esquerdo da Figura 11, sugerem os anseios dos produtores de informação; o lado direito mostra a informação que percorreu um fluxo até se transformar em conhecimento do indivíduo-usuário; ambos os fluxos pertencem ao segundo nível (SMIT e BARRETO, 2002).

Analisando as duas figuras neste subcapítulo, pode-se notar que a primeira se encaixaria dentro da segunda, o que caracteriza o processo de organização da informação

do ciclo documentário de Robredo e Cunha (1994) na parte da figura que Smit e Barreto (2002) denominam fluxo interno.

Assim, ao perceber e distinguir a organização da informação a partir de seu fluxo informacional, reconheço a necessidade de compreender outros elementos de organização referentes ao objeto desta pesquisa, como a informação estatística apresentada a seguir.

3.3 A função da informação estatística

A informação estatística é significativa para a organização da informação, pois implica em uma **metodologia** própria que deve ser observada durante a organização da informação em bancos de dados, como os encontrados nos relatórios do estudo de caso desta tese. Procedimentos estatísticos são utilizados no tratamento destes dados para agrupar as percepções e os perfis de turistas coletados para fins de gestão do turismo. É necessário ressaltar, no entanto, que os autores estudados nesta tese abordam a informação estatística em um contexto que não corresponde à conjuntura na qual a PDTD está inserida. De fato, muitos destes trabalhos sobre informações estatísticas são relativos à instituições públicas como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE/SP), o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES/PR), e a Fundação João Pinheiro (FJP/MG). Todavia, estes estudos são direcionados a organizações cuja produção e disseminação de informação estatística é sua função fim, o que não é a realidade da Universidade. Ainda que no tripé norteador da Universidade, além do ensino e da pesquisa, a extensão se faça presente, não se pode descartar a socialização de elementos que auxiliam o desenvolvimento, e não a produção específica, de dados estatísticos que compõem o processo-fim da Universidade.

Realizada esta observação, destaca-se que investigo nesta tese as metodologias de organização da informação e não, especificamente, os métodos de aperfeiçoamento de dados a partir de tratamento estatístico. Entretanto, o tratamento da informação estatística ocorre a partir de procedimentos de pesquisa pré-estabelecidos e realizados com determinada periodicidade, como forma de classifica-las. Senra (2002, p.80) indica que “as estatísticas produzidas, ao fim e ao cabo, devem ser feitas de modo permanente e sistemático (pilar da continuidade), assentando-se em conceitos e processos adequados (pilar da validade), (...)”, o que vem ao encontro dos critérios de realização da PDTD.

É possível indicar a importância da produção estatística para reconhecimento do contexto social no qual ela foi produzida. Rocha (2006, p.11) indica que “as estatísticas

representam uma leitura da configuração social, leitura essa criada para representar uma realidade. Sob esse ponto de vista, dado estatístico é uma tradução”. Ao mesmo tempo, essa expressão da informação na linguagem universal dos números é fruto do viés conceitual da instituição que a produz (CAMARGO, 2006)

Conceitualmente, Lara *et al* (2002, p.88) descrevem dado estatístico como sendo “uma forma bruta apenas parcialmente localizada. É o resultado de uma mensuração da realidade(...), corresponde a eventos empíricos da realidade social, ainda em estágio preliminar, localizados no espaço e no tempo”. Quando os dados recebem tratamento estatístico, e são transformados em gráficos e tabelas, expõem determinada leitura da realidade apresentada em documentos que, segundo Besson (1995, citado por CAMARGO, 2006), são as estatísticas, ou seja, as modelizações que buscam comportamentos que possam ser descritos não como verdadeiros ou falsos, mas como média de situações individuais. Neste contexto, a informação estatística de determinado banco de dados pode trazer subsídios para modelos, assim como caminhos de desenvolvimento. Porcaro (2001, citado por LARA *et al*, 2002) afirma que os dados estatísticos são representações quase sempre numéricas da realidade que baseiam-se em interpretações de uma realidade específica e que acabam, então, em conformidade com certa percepção da sociedade.

A questão que merece atenção nesta tese é o uso dos dados estatísticos disponibilizados como informação institucionalizada, uma vez que sua disponibilização não gera, por si só, conhecimento (LARA, 1998). Tais constatações acabam descortinando outra questão sobre a organização da informação estatística, como apontado por Lara *et al* (2002, p.87): “entre os elementos que constam na origem do problema destaca-se o uso de um modelo de mensuração da realidade fortemente centrado no emissor, o que, por si só, já representa uma restrição porque desconsidera o usuário”. Certamente, é mais natural lidar com questões enfrentadas pelo emissor na geração da informação estatística desde o trabalho de levantamento de campo, e de seus altos custos, até o olhar que o profissional responsável por tratar os dados terá sobre a construção das informações e dos documentos referentes a elas. Por outro lado, considerar o (possível) usuário é mais trabalhoso, e exige um olhar voltado ao uso, e não somente à produção, da informação estatística. De acordo com as mesmas autoras, a forma como as informações estatísticas são organizadas e divulgadas, aliada à dificuldade de acesso, geram falta de vínculos efetivos de adesão por parte do usuário (LARA *et al*, 2002).

Em estudos conduzidos por Ingwersen (1992, citado por ROCHA, 2006), pode-se perceber que o problema da recuperação da informação está centrado na **significação**, fato que pode explicar o uso reduzido das informações estatísticas devido à ausência de vínculos ao contexto social em que são compartilhadas as informações. O autor ainda

menciona que o âmago dos problemas de recuperação da informação está em três áreas básicas: *aboutness*, representação e relevância - *Aboutness* diz respeito ao que trata o texto. Rocha (2006) considera *aboutness* na perspectiva da linguagem e relaciona o termo à linguagem do especialista, ao *aboutness* do indexador à linguagem documentária, ao *aboutness* do usuário à linguagem natural e, por fim, ao *aboutness* da pergunta às palavras usadas pelos usuários na realização de buscas.

A princípio, o usuário de informação estatística não é o cidadão comum, mas instituições públicas, organizações privadas e instituições sem fins lucrativos (sindicatos, associações de classe) com demandas concretas, relacionadas a determinado assunto (LARA *et al*, 2002). Entretanto, estas informações são, muitas vezes, disponibilizadas na forma de produtos, ou seja, de gráficos e tabelas. A questão abordada neste sentido é que

A divulgação de produtos já formatados condicionam (sic) seu uso ao ponto de vista que marca a interpretação institucional. (...) Essa constatação não invalida a divulgação da produção estatística na forma de produtos, pois esse é o meio de apresentar o resultado analítico-interpretativo e institucional das pesquisas realizadas, mas coloca a necessidade de oferecer, também, dados mais desagregados (ou seja, variáveis), mediante os quais os usuários possam dar forma, eles mesmos, a produtos personalizados desenhados segundo suas necessidades (LARA *et al*, 2002, p.88-89)

Contudo, como resume Rocha (2006, p.45), “a localização de uma informação estatística não é uma tarefa para pessoas que não tenham ao menos alguma vivência na sua produção e uso”. Relatórios, gráficos, tabelas e infográficos podem constituir um cabedal de informações que devem ser levadas em consideração durante a tomada de decisões, de maneira que tais informações estatísticas apresentem a capacidade de ser enquadradas como **Bancos Factuais**. Segundo Ortega (2009 p.147), estes bancos contém dados “tratados de forma a permitir correlações, comparações, manipulações e representações gráficas trazendo a informação precisa que foi buscada”. Contudo, a busca é um desafio durante o processo de disponibilização e disseminação de informações, uma vez que seu acesso público se dá por meio de documentos específicos. De acordo com Camargo (2006), até mesmo o IBGE sofre com tal questão, a qual foi relativamente trabalhada quando o órgão assumiu a *Web* como seu principal canal de comunicação com os usuários, no que tange a produção e disponibilização de informações estatísticas, mas não a sua disseminação. Nesse sentido, há uma discussão acerca da ‘desintermediação’ orientada para a ideia de não se intermediar a relação entre produtores e usuários de informação. De acordo com Lara (1998, p.99)

Hoje, entretanto, os serviços de informação não requerem a presença física do usuário, já que eles podem estar disponíveis na web. Com efeito, a atividade de representação documentária passa a ser explicitada, pois desloca-se o eixo da mediação usuário/intérprete/instituição para a mediação linguagem do usuário/linguagem da instituição.

Ou seja, nessa perspectiva, não há uma desintermediação propriamente dita, mas uma nova forma de fazer mediação. Torna-se necessário observar que o foco da mediação faz-se de fato por meio da linguagem utilizada, ao considerar-se a instituição produtora de informação estatística e (possíveis) os usuários desta informação, e não o intérprete dos serviços de informação. A partir de Atkinson (1999) e Espaignet, Fofana e Laurenceau (2003, citados por ORTEGA, 2015) a desintermediação é um recurso da mediação

O objetivo é o de dar condições para que o usuário tome suas próprias decisões quanto à seleção: a organização da informação e as tecnologias devem permitir o 'empoderamento' do usuário, como que buscando tornar desnecessária a mediação. No entanto, a total desintermediação nunca é possível pois ela é, de fato, uma forma de mediação. As ações de mediação envolvem a promoção da relação entre o usuário e o universo do conhecimento registrado (ORTEGA, 2015, p.85).

Considerando que produzir, armazenar e disseminar informações acerca de turistas não é a função-fim da UFVJM, parece ser necessário a busca de outro modo de lidar com a informação que, de acordo com Lara *et al* (2002, p.89), "permita o estabelecimento de pontos em comum com seus usuários (vínculos de significação), condição para que ele desempenhe o papel de ponte entre linguagens: a linguagem da instituição e a linguagem do usuário". A questão da **linguagem** junto à informação estatística é colocada de forma bastante objetiva, e clara, por Camargo (2006, p.38), para quem

as estatísticas criam modelos explicativos do mundo, seus sistemas de classificação e as nomenclaturas usadas são como mapas de sentido e fazem parte da informação. Por essa razão a linguagem é tão importante para as estatísticas, como o é para a comunicação, e as linguagens documentárias, utilizadas para realizar a mediação em sistemas documentários, podem ser tomadas como modelo para sua organização e apresentação.

Contudo, as estatísticas, segundo Camargo (2006, p.32) "utilizam-se de embasamentos teóricos resultantes de visões específicas e de pressupostos, pelos quais buscam confirmar ou não eventos e tendências". Neste contexto, disponibilizar e disseminar tais informações exige ações específicas.

3.4 A linguagem na organização da informação

Em certa medida, todos os temas trabalhados neste capítulo abordam a linguagem. Seja na mediação, a qual tem a linguagem como elemento da comunicação, a reflexão acerca dos usuários, ou a esquematização do fluxo, no o papel da linguagem é identificado como central na construção do sistema de informação ou, especificamente, no

caso da informação estatística, a linguagem é abordada como elemento da organização da informação que atua, também, na recuperação e acesso à informação. Este reconhecimento da relação direta da Organização da Informação com a linguagem não é por acaso. Ortega (2013, p.35) coloca a linguagem como matriz fundamental do campo, pois o “princípio operatório do processo informacional, e por a mesma constituir-se como elemento fundante da cultura, oferecendo aproximação aos modos sociais de produção e uso do conhecimento”. Ou seja, a base para que as relações entre informação e conhecimento aconteçam passa pela linguagem e por seus elementos. Assim, a essencialidade da linguagem na produção do conhecimento é apresentada por Tálamo

O conhecimento, ou mais exatamente sua produção, requer três elementos para se concretizar: o sujeito, a linguagem e o objeto a ser conhecido. (...) E para isso é fundamental a ação da linguagem, isto é, do sistema simbólico. É, portanto, na relação entre esses três componentes que interações entre processos, estratégias e representações se estabelecem dando origem à base cognitiva das capacidades humanas que respondem pela construção do conhecimento. (TÁLAMO, 2004, p.2)

Para que a interação aconteça e resulte em conhecimento, é preciso ter atenção à linguagem e considerar o **elemento de construção simbólica** à luz dos sujeitos envolvidos. O reconhecimento da importância da linguagem como sistema simbólico é essencial para a compreensão de seu papel na formação da sociedade e do próprio indivíduo, uma vez que “a linguagem representa a mais alta forma de uma faculdade que é inerente à condição humana, a faculdade de *simbolizar*” (BENVENISTE, 2005, p.27). Colocado de outra forma, a humanidade encontra na linguagem o recurso para representar aquilo que pensa e quer expressar através da faculdade inerente ao ser humano de simbolização. A linguagem, a qual está articulada à cultural local, é desenvolvida segundo o contexto cultural em que encontra-se o indivíduo.

Galvão (2004) menciona que alguns autores defendem que palavras na linguagem verbal “são signos neutros e que podem assumir significados distintos de acordo com os contextos de uso” (p.244); além disso, não se pode pressupor que todos os membros de uma comunidade linguística falem a mesma língua, pois ressalta a ‘ideia’ como ficção de homogeneidade (LYONS, 1987 citado por GALVÃO, 2004). O argumento defende que sempre haverá sotaques, dialetos ou idioletos (distinção de pronúncia, gramática ou vocabulário, por parte de cada membro da comunidade linguística), dos quais os textos científicos buscam precaver-se.

Autores como Benveniste (2005) e Fiorin (2013) destacam que interações entre seres humanos não são automáticas, e sim, precisam da linguagem e da capacidade de construção de símbolos e signos para serem efetivadas. Não são interações fáceis, considerando que cada área do conhecimento já apresenta suas idiosincrasias; a própria

linguagem apresenta particularidades, como, por exemplo, a linguagem escrita e a falada. Essa complexidade aumenta à medida que a linguagem é reconhecida como parte, e não instrumento, da sociedade contemporânea e de seus desafios

A linguagem como elemento constitutivo da cultura informacional não exerce função meramente instrumental. Para além do seu funcionamento codificador, ela se propõe como representação, seja como insumo do processo social de geração de sentido, seja como resultado textual desse processo. (TÁLAMO e LARA, 2006, p.204)

Assim, se a reflexão é apresentada a partir do contexto social, é necessário trazer os usuários, ou o público alvo, para a problematização: “a linguagem, no entanto, também não é algo homogêneo, como não são idênticos os públicos da informação. Existem vários níveis de linguagem que se distinguem pelas comunidades de uso” (LARA, 2007, p.149). É no enfrentamento do desafio de identificar os diferentes sujeitos envolvidos, e suas possibilidades frente à linguagem enquanto elemento para a comunicação, que reside o caminho para o uso efetivo da linguagem na organização da informação. O uso de recursos considerados a partir de suas características linguísticas, bem como, a adoção de terminologia inerente a determinado grupo delimitado como alvo, pode produzir sentido para os sujeitos que o constituem.

3.4.1 Terminologia ou linguagem de especialidade

Gaspar (2011) indica que representar conteúdos textuais especificamente nos estudos de linguagem desenvolvidos pela área da Ciência da Informação é uma prática complexa. Considerando essa realidade, é possível recorrer a Tálamo (2004, p.8), para quem “o conhecimento que se desenvolve através da linguagem escrita – forma distinta da linguagem verbal-oral – responde a um conjunto particular de características: é metódico e conceitual”. Como os documentos visam determinados públicos, há que se retomar a reflexão abordada no início deste capítulo; própria Tálamo (2004, p.4) trata de “sujeito, objeto e linguagem” na criação do conhecimento. A autora inicia indicando o sujeito, mas se ele não for considerado como público-alvo, a linguagem pensada para o documento tampouco será adequada, o que resulta em um processo de construção linguístico falho. Cohen (1995) ressalta que a ênfase dada ao uso da informação é importante, pois

(...) o empresário utilizará a informação para tomar decisões acerca do desenvolvimento da sua empresa; o engenheiro ou o tecnólogo de uma indústria sendo orientados para uma missão, necessitarão de informações “fechadas”, informações específicas (...). Um pesquisador, um cientista necessita de atualização constante, ampla cobertura, necessita de informação “aberta” (...) De modo geral, cientistas utilizam-se mais de fontes formais de informação (...) (COHEN, 1995, p.19).

A reflexão de Cohen (1995) aponta para o papel da informação na tomada de decisão por parte de empresas, ou na execução de projetos em diferentes áreas profissionais; porém, para que tal processo se concretize, é necessário que o público seja considerado durante a criação de signos e significados, a partir da linguagem utilizada para a criação de documentos que apresentem as informações. “O interpretante de um signo não remete a uma coisa isolada, mas sempre a uma estrutura simbólica da qual o signo faz parte, ou seja, a uma relação entre objetos no nível do conceito” (LARA, 2007, p.152). Além disso, quanto a contextualizar a instituição produtora da informação:

(...) a barreira referente à linguagem é crucial no processo de acesso à informação, principalmente quando o demandante é a empresa e o ofertante é a universidade, devido a diferenças de códigos de comunicação. Os Serviços de Informação, no contexto da universidade, transferem para o contexto da empresa dados oriundos de fontes de natureza científica, sem a devida adequação para a linguagem do usuário empresarial (FUJINO, 2007, p.231-232).

A afirmação de Fujino (2007) vai ao encontro do que constatei nesta pesquisa sobre as relações entre o sujeito que utilizará a informação, a informação propriamente dita e a linguagem usada para expressá-la, com destaque à linguagem, quando o contexto é constituído conjuntamente entre empresa e universidade. Considerando a linguagem científica ou acadêmica, pode-se dizer que o problema do vínculo estabelecido, ou não, entre usuário e uso das informações, impõe a reflexão sobre terminologia. Na concepção de Barbosa (1990 citado por SOUZA, 2011, p.41) terminologia “é um conjunto de palavras técnicas ou científicas, que constituem o vocabulário específico de uma ciência, de uma tecnologia, de um pesquisador ou grupo de pesquisadores, ou de uma área de conhecimento”. No entanto, desse conceito deve ser atualizado e ampliado de **grupo de pesquisadores** para **grupos determinados** que utilizam um conjunto de termos que façam parte e expressem a caracterização do grupo.

Galvão (2004) menciona que a linguagem geral é um sistema utilizado entre membros de uma comunidade para dar significado a uma realidade; porém, também afirma que nessa categoria existe uma flexibilidade que pode levar a distorções de compreensão, mesmo entre usuários de um mesmo idioma. Tais distorções são evitadas na comunidade científica através de textos técnicos que fazem uso da linguagem específica para evitar possíveis falhas de compreensão. Portanto, a Ciência da Informação também adota a chamada linguagem de especialidade, conceituada por Lara (2005, p.10) como “subsistema linguístico que compreende a terminologia e demais meios linguísticos específicos de uma área, um domínio ou um subdomínio, visando à não-ambiguidade na comunicação”.

A importância da reflexão acerca da linguagem de especialidade vem de seu papel como subgrupo da língua geral que, diferentemente do universalismo da língua comum, é incorporada nas pesquisas realizadas no meio acadêmico, bem como nas diferentes áreas do saber. Uma linguagem de especialidade é formada pelo conjunto de todos os recursos linguísticos utilizados em determinada comunicação (HOFFMANN, 1998 citado por KRIEGER, 2000). Cabré (1993, citado por SANTOS, 2014, p.7) menciona que a linguagem de especialidade possui três principais critérios de definição: “a temática, seus usuários e suas situações de comunicação”.

Fujino (2007) sugere que a circulação social do conhecimento é realizada via transmissão de informações. Essas informações fazem uso da terminologia da área em que foram concebidas a fim de serem adequadamente assimiladas. Segundo Aguiar (2006), ao considerar-se o termo como unidade básica de uma terminologia, os termos “são unidades de expressão e comunicação que visam transferir o conhecimento especializado da área representada” (p.22).

Santos (2014) salienta a importância dos termos para a compreensão entre interlocutores especializados, além de reforçar a afirmação de que sem a terminologia o avanço de pesquisas e procedimentos técnicos ficaria afetado, comprometendo, assim, a ciência em si. Tal resultado viria do entendimento coletivo exigido sobre a compreensão dos termos que compõem os processos de determinada área. Galvão (2004, p.244) afirma que

Em cada contexto técnico-científico, para evitar possíveis ‘confusões’ na comunicação, emprega-se a linguagem de especialidade. Esta visa, em tese, uma comunicação rápida e precisa entre os profissionais, estudantes e pesquisadores de uma área, para que suas ações ganhem um desempenho com maior qualidade.

Em um contexto ideal, a linguagem de especialidade é utilizada, assim como o processo comunicacional, é favorecido pela redução de imprecisões de sentido. Dessa forma, pode ser necessário lidar com fatores, elementos ou ruídos externos, mas não com fatores que surgem da linguagem de especialidade empregada. Entretanto, a própria autora indica que “para empregar a linguagem de especialidade em sua totalidade, é preciso que haja um aprendizado formal” (GALVÃO, 2004, p.244), o que não é usual em determinados contextos. Em outras palavras, nem sempre o aprendizado formal da linguagem de especialidade acontece, pois muitas vezes esse aprendizado é informal e diretamente veiculado à prática profissional cotidiana.

O conhecimento expresso por meio da linguagem de especialidade (GALVÃO, 2004), na tentativa de reduzir ruídos de interpretação, é aceito e assimilado pela academia. Entretanto, muitas vezes, tal conhecimento apresenta finalidade mais abrangente que seu uso científico ao ser dispersado pela comunidade por meio de termos de linguagem de

especialidade. Por sua vez, Santos (2014) aponta que o mundo real não se coloca segmentado, de maneira que “não há porque fazermos objeções à comunicação entre os diversos campos do saber e suas terminologias, nem entre a língua comum e as linguagens de especialidade”. O que se faz necessário, de fato, é a criação de significados que podem ser elaborados a partir de recursos de linguagem disponíveis.

3.4.2 Disseminação da informação e produção de sentido

Como mencionado nos tópicos anteriores, a informação propicia o conhecimento e facilita as tomadas de decisão calcadas na interpretação, e o uso possível, dessa informação por parte do usuário. Entretanto, como já tratamos anteriormente, Sfez (1996 citado por SMIT, 2012, p. 93) menciona que “informação por si só não concede o conhecimento”. O autor trata de duas competências fundamentais para a ocorrência dessa transformação, uma chamada linguística; e outra, enciclopédica. A primeira permite entender os termos usados na linguagem e a segunda, do que se fala.

A informação deve ser interpretada por meio da linguagem através do uso de tradutores pré-estabelecidos de signos usuais ou especializados. Porém, só ganhará forma de conhecimento se for absorvida por usuários que comunguem dos meios para interpretá-la. A linguagem através da qual a informação é feita pode determinar seu alcance ou a capacidade de ser interpretada por parte de quem a recebe; contudo, a informação como “um instrumento modificador da consciência do homem e de seu grupo” (BARRETO, 1994, p.3 citado por SMIT, 2012, p.91) carece tanto de processos internos (produtor e receptor da informação) quanto externos do ser humano, para que possa fazer sentido. Smit (2012) depreende que para que o conhecimento seja gerado há a necessidade não só do conhecimento prévio, mas também da disposição de completar, ou rever, esse conhecimento. Lara (2007) ainda acrescenta a discussão acerca da distinção entre **informação** e **informatividade** dos documentos, e esclarece que o conceito de informatividade “utilizado originalmente na literatura da Linguística Textual que, na sua versão contemporânea, destaca o fato de que a compreensão de um texto depende do conhecimento de outros textos” (LARA, 2007, não paginado). A autora segue afirmando que “na ótica da hermenêutica da informação, a pré-compreensão une os indivíduos tendo como marco não o sujeito isolado, mas a comunidade ou o campo de conhecimento ou de ação na qual se insere o sujeito” (CAPURRO, 2003 citado por LARA, 2007, não paginado). A relação entre sujeito e informação, e a ênfase atribuída a um ou outro, teve destaque distinto ao longo da história da Ciência da Informação e configurou o que foi descrito por Capurro (2003) como paradigmas.

O primeiro deles, o paradigma **físico**, teve como principais representantes Shannon e Weaver (1975, citados por CAPURRO, 2003), os quais consideravam três barreiras na capacidade de transmissão da informação, quais sejam: a primeira em nível técnico - relativo à capacidade de transmissão correta, sem ruídos da comunicação; a segunda, a semântica - relacionada à linguagem e ao significado e, por sua vez, a terceira, relativa à pragmática, relacionada, segundo os autores, aos efeitos causados pelos emissores nos receptores. A consolidação da própria Ciência da Informação se deve a essa fase do paradigma físico, já que vivia-se o predomínio da ciência positivista e experimental na qual se espelhavam as ciências sociais (LINARES COLUMBIÉ, 2010). A exemplo de outras ciências, como a Psicologia com os estudos comportamentais, a Ciência da Informação valeu-se de métodos relacionados às Ciências Naturais e Exatas para se consolidar como ciência, inicialmente com os experimentos de Cranfield a partir de 1957 (CAPURRO, 2003). Contudo, comparado aos dias atuais, esse campo apresentava limitações acerca dos estudos relativos aos usuários e ao alcance da informação, uma vez que seu foco estava centrado no objeto, ou seja, na organização da informação em si.

O segundo paradigma descrito por Capurro foi o **cognitivo**. Nesse caso, o foco passa do objeto para o usuário e a influência das teorias sobre percepção e aprendizagem, despertadas pelos “mundos” de Popper (LINARES COLUMBIÉ, 2010). Esses estudos foram iniciados nos anos 1970, com Ingwersen e outros e, possivelmente, tiveram o maior impacto em termos de projeção nacional por meio da teoria do *sensemaking* - termo que em português poderia ser traduzido como ‘fazer sentido’, mas foi adotado na versão em inglês (ARAÚJO *et al*, 2009). De acordo com os autores, a teoria - desenvolvida por Brenda e originada na área de Comunicação causou grande impacto na área de usuários em Ciência da Informação.

Entretanto, mesmo sendo popular a teoria não é universal e perdeu espaço nas últimas décadas, quando o paradigma cognitivista sofreu uma diminuição em sua influência. Contudo, a simplicidade da base teórica e a variedade de áreas que permitem a aplicação dessa, mantiveram a teoria em evidência como abordagem alternativa. Segundo Ferreira (1997, s.p.)

A base conceitual do Sense-Making foi desenvolvida com suporte na teoria de vários estudiosos, como Bruner & Piaget (cognição), Kuhn & Habermas (constrangimento das ciências tradicionais e alternativas), Ascroft; Beltran & Rolins (teórica crítica), Jackins & Roger (teoria psicológica) e principalmente em Carter, teórico da comunicação, afirmando que o homem cria idéias para transpor as lacunas que lhes são apresentadas em decorrência da descontinuidade sempre presente na realidade.

Já na proposta de Dervin, o foco está nos movimentos internos, inerentes ao ser humano. Baseia-se, portanto, na cognição e na apreensão de conteúdos que sejam

imbuídos de sentido, a partir das relações consideradas internas, derivando de estudos de diversas áreas - o que inclui o construtivismo. A proposta também abrange o âmbito externo, as relações com a realidade circundante e o significado que essa realidade eventualmente impõe ao indivíduo.

Sob essa ótica, a informação não existe externamente de forma independente do ser humano. Pelo contrário, a informação faz parte da interpretação que determinado ser humano dá tanto às observações próprias quanto alheias, que lhe façam sentido. Dervin (1983), em tradução nossa,⁸ explicita que, os estudos de *Sense-Making* e sua aplicação sempre considerarão dois ou mais dos elementos abaixo:

- **SITUAÇÕES:** contexto espaço-tempo no qual o sentido é construído;
- **GAPS:** espaços nos quais são consideradas as necessidades de criação de pontes, traduzidas, na maioria dos estudos, como “necessidade de informação” ou as questões que as pessoas apresentam como construção de sentido e movimento espaço-tempo;
- **USOS:** os usos aos quais o indivíduo aplica o recém-criado sentido - o qual é entendido, na maioria dos estudos, como o que ajudou e o que atrapalhou o uso da informação.

Esses elementos compreendem a questão individual do uso da informação, o que diz respeito à apropriação dessa para enfrentar os desafios do mundo exterior para tomada de decisões, com aplicabilidade em abordagens além da Ciência da Informação.

Cohen (1995), no que diz respeito à teoria, ressalta a importância da experiência de vida atribuída por Dervin no processo de fazer sentido. O papel da sociedade na criação de uma visão organizada de mundo, permite que o indivíduo tenha uma experiência que seja, ao mesmo tempo pessoal e cognitiva, também imbuída de características dadas pelas regras de convivência e pelo sistema de valores sociais. No entanto, a abordagem adotada para o comportamento informacional em relação ao conjunto de experiências vividas é vista por Cohen (1995, p.133) como sendo “de uma generalidade tal que pouco esclarece” - em especial no que tange à construção de sistemas de informação. Linares Columbié (2010) acrescenta a crítica à teoria do *sense making* por sua ruptura entre o ser humano e os sistemas de informação, a qual, em função do foco nas transformações individuais, tornou-se anacrônica.

Finalmente, o terceiro e mais recente paradigma apresentado por Capurro é o **social**, o qual é baseado justamente na crítica ao cognitivismo, a partir da concepção de que os sujeitos vivem em uma bolha e de que suas reações são individuais e não

⁸ SITUATIONS: the time-space contexts at which sense is constructed. GAPS: the gaps seen as needing bridging, translated in most studies as "information needs" or the questions people have as construct sense and move through time-space. USES: the uses to which the individual puts newly created sense, translated in most studies as information helps and hurts. (DERVIN, 1983, s.p.)

influenciadas pelo contexto social no qual que se manifestam (FROHMANN citado por CAPURRO, 2003). Smit (2012), por sua vez, apresenta o paradigma social como um antídoto à cultura individualista, sustentado agora pela tríade sujeito-objeto-contexto.

A relação indicada por essa tríade se dá em um processo contínuo, no qual a transformação da informação em conhecimento em um ambiente contextualizado se vale da promoção da produção de sentido, para que haja vínculo entre o objeto, o usuário e seu entorno. “Compreender o caráter social da informação e, de modo correspondente, da mensagem documentária, significa verificar que as estruturas de organização informação não são universais, mas variam segundo os contextos culturais e as coordenadas espaço-temporais” (TÁLAMO, 2001 citada por LARA, 2007, não paginado). Choo (2006, p.128 citado por RITZMANN *et al* 2013, p.127) afirma que

A criação de significado pode ser entendida como um processo social contínuo em que os indivíduos observam fatos passados recortam pedaços da experiência e selecionam determinados pontos de referência para tecer significado. O resultado da criação de significado é um ambiente interpretado ou significativo, que é uma tradução do razoável e socialmente crível do que está acontecendo.

Já Lara (2007) corrobora a ideia de que o conhecimento se realiza em processo. A autora afirma que, a partir do caráter processual da informação, “a **Linguística Documentária** correlaciona informação e possibilidade de que os documentos sejam efetivamente informativos”, propondo a centralidade da mensagem documentária e preocupando-se simultaneamente com o funcionamento do signo documentário e com a função de **operadores de sentido**. A autora chama atenção para o fato de que a “Linguística Documentária (...) identifica como importantes os elementos ressaltados pela Terminologia Comunicativa (Cabré, 1999) e pela Socioterminologia (Gaudin, 1993)”, correntes que reconhecem a tênue distinção entre a linguagem de especialidade e a linguagem geral – as quais representam o problema da dicotomia entre os discursos das ciências e do senso comum.

O limite da linguagem e do sentido que as mensagens possam impor aos usuários são os grandes desafios no que diz respeito à **disseminação** da informação, uma vez que “efetivamente, a potencialização desse processo interativo entre emissor e receptor requer, antes de qualquer outra coisa, a existência de vínculos de significado entre eles, fundamentais para desencadear o processo de comunicação” (CAMARGO, 2006, p.48).

Segundo Lara (2003, p.26), disseminar informação, “supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição” - fato que pode esbarrar, ainda conforme a autora, na delimitação de públicos de linguagem.

Falar em transferência da informação via serviços de disseminação de informações – distribuição física ou virtual de documentos e dados – supõe considerar que os benefícios dessa ação se relacionam diretamente às

possibilidades de geração de conhecimento. Caso contrário, há apenas divulgação unilateral que atinge heterogeneamente o conjunto da sociedade. LARA e CONTI (2003, p. 27).

Ainda que haja a intenção de disseminar o conhecimento produzido na academia, o desafio existente é o da criação de sentido para os usuários em relação a esse conhecimento, cujo uso, neste estudo de caso da PDTD, deveria ser voltado ao usuário do mercado turístico, mas, na prática pouco significado adquire. A terminologia utilizada, ainda que siga os padrões estabelecidos internacionalmente, parece desmotivar o uso das informações disponibilizadas, as quais serão apresentadas a seguir.

Assim, após essa fundamentação teórica abrangente e necessária para a compreensão da relação entre as áreas da Ciência da Informação a um contexto do Turismo, apresentaremos, analisaremos e exploraremos, no próximo capítulo, o objeto do estudo desta tese: a Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina Região. A partir do paradigma social, a PDTD é devidamente contextualizada no destino turístico no qual acontece, bem como na universidade pública na qual é desenvolvida, com seus possíveis usuários e a forma como foi realizada, metodológica e operacionalmente.

4 A PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA E REGIÃO – CONTEXTO, USUÁRIOS E POSSIBILIDADES

Neste capítulo discutiremos o estudo de caso da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região, iniciando pelo seu processo de criação e execução, passando pela contextualização da realidade na qual foi desenvolvida e chegando aos seus possíveis usuários. Ao final do capítulo, apresentaremos uma pesquisa de campo com a contextualização desses usuários como público alvo.

4.1 Apresentação da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região

Conforme capítulo introdutório, a **Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região (PDTD)** surge no Departamento de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), a partir da identificação da carência de informações acerca do perfil dos turistas que frequentam Diamantina, de suas características socioeconômicas, suas motivações e percepções. Dessa forma, o **objetivo geral da PDTD** é “identificar o perfil da demanda turística a fim de conhecer suas motivações e percepções acerca dos destino Diamantina e Região” (SILVEIRA e MEDAGLIA, 2014a, p.6). É possível verificar que a pesquisa foi criada com o foco no levantamento e tratamento de dados (baseados em padrões da OMT), bem como na transformação e análise desses como informação o que requer tempo e recursos humanos. Isso porque, naquele momento, nos parecia óbvio que o processo dados-informação seria a parte mais difícil e trabalhosa, e que, após essa fase - ou seja, a partir da disponibilização a informação - seu uso pelos potenciais usuários se daria de maneira natural. Contudo, conforme apresentado, isso não aconteceu.

A PDTD já teve como parceiros o Circuito dos Diamantes e o Instituto Estrada Real, instâncias de governança em nível estadual, bem como a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio (SECTur). O Circuito dos Diamantes ofereceu parceria nas quatro primeiras edições da Pesquisa; o Instituto Estrada Real - que teve um escritório regional em Diamantina - durante três edições da PDTD e, por fim, a SECTur por sete edições seguidas. Essas parcerias foram muito importantes para a consolidação do trabalho da PDTD junto aos atores do turismo local.

Foram realizadas **nove edições** (SILVEIRA e MEDAGLIA; 2009-1,2009-2, 2010-1, 2010-2, 2011-1, 2011-2, 2012, 2013 e 2014a) da Pesquisa de Demanda Turística Real de

Diamantina e Região, as quais contabilizaram 1597 turistas entrevistados, gerando 1460 questionários válidos, cujos resultados foram apresentados em relatórios, elaborados a cada edição, disponibilizados eletronicamente, e também distribuídos fisicamente nos locais de aplicação e parceiros (em papel e/ou CDs). Durante os anos de 2009, 2010 e 2011. A PDTD era realizada semestralmente, porém, diante da construção da série histórica, identificou-se que os resultados poucos se alteravam de um semestre para o outro, não justificando, dessa forma, edições semestrais. Assim, nos anos seguintes – 2012, 2013 e 2014 –, a PDTD passou a ser realizada anualmente. Todos os relatórios estão disponíveis para comunidade por meio da página do curso de Turismo, no *site* da UFVJM na internet, onde podem ser acessados e baixados gratuitamente (<http://www.ufvjm.edu.br/cursos/turismo/publicacoes.html>).

Operacionalmente, o trabalho de campo de entrevistar um número tão considerável de turistas foi realizado por mais de uma centena de alunos e alunas dos cursos de graduação em turismo e do bacharelado em humanidades da UFVJM, sob orientação e supervisão dos professores coordenadores da PDTD. Para a máxima dedicação e comprometimento desses discentes, o processo de realização da PDTD era vinculado à atividade pedagógica e interdisciplinar, na qual os acadêmicos primeiro participavam de aulas teóricas, para somente depois receber treinamento específico, e então atuar na coleta dos dados. Uma vez tabulados os dados e criados os gráficos de cada edição, os gráficos eram repassados aos acadêmicos antes de tornar público o relatório de pesquisa correspondente. Os alunos, por sua vez, seguiam com a atividade de interpretação e análise das informações à luz da teoria estudada previamente dentro das disciplinas envolvidas. Além desse processo pedagógico, os discentes também recebiam certificados específicos de atuação na PDTD que contabilizavam horas de atividades acadêmicas complementares. No tocante a participação dos alunos⁹, destacam-se os seguintes alcances da PDTD:

Desde 2008, já se envolveram na aplicação dos questionários 167 alunos da UFVJM, dos quais 66 o fizeram mais de uma vez como alunos das disciplinas ou, especialmente, como voluntários. Desses, 40 o fizeram duas vezes, 18 aplicaram 3 vezes, 3 alunos participaram 4 vezes, 4 alunos aplicaram 5 vezes e a maior repetição registrada foi de uma aluna da segunda turma de turismo, que, além de haver aplicado com sua turma regular, participou mais cinco vezes como voluntária. A média de participação dos alunos foi de 2,6 aplicações por aluno (SILVEIRA e MEDAGLIA, 2014b, p.75).

⁹ Para mais informações acerca dos alcances pedagógicos da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região ver SILVEIRA, Carlos Eduardo; MEDAGLIA, Juliana. *A Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região: alcances pedagógicos*. In: SILVEIRA, Carlos Eduardo; MEDAGLIA, Juliana (org.) *Desenvolvimento turístico em cidades históricas: estudos de caso de Diamantina/MG*: UFVJM, 2014.

Uma vez que o número total de visitantes de Diamantina ainda é desconhecido, a amostra da PDTD sempre foi não probabilística por cotas de acordo com os locais de visitação (DENCKER, 2007). Assim, o trabalho de campo foi orientado por uma série de critérios, alguns presentes desde o pré-teste realizado em 2008 e outros incorporados à medida em que foram necessários. O **primeiro critério** é referente à aplicação dos questionários, realizada em períodos de maior e menor demanda turística, sempre abrangendo dois finais de semana e os dias de semana entre eles, sendo, de maneira ideal, um final de semana com o evento Vesperata - principal produto turístico local, e, portanto, com maior demanda real- e outro sem - menor demanda. O **segundo critério** diz respeito aos entrevistados, caracterizados por turistas que tenham, ao menos, pernoitado na cidade na visita em questão ou em viagem anterior. Cabe apontar que Diamantina apresenta um número significativo de turistas considerados fidelizados, ou seja, que visitaram o destino mais de uma vez. Um **terceiro critério** é relativo aos locais de aplicação da PDTD, determinados a partir de pesquisa realizada pela Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio, denominada “Fluxo de Visitação nos Monumentos em Diamantina 2008” (SECTUR, 2008), a qual indica as quantidades de visitantes recebidos em cada atrativo, sendo que os locais selecionados como ponto de aplicação da PDTD, foram os que detinham maior fluxo de visitação. Ainda sobre os locais de aplicação, esses receberam, em todas as edições, ofícios informando antecipadamente a realização da PDTD e sempre acolheram os estudantes/aplicadores de campo com cortesia e disponibilidade. Por fim, como **último critério**, o movimento considerável nos atrativos turísticos durante os fins de semana gerou a aplicação de 60% dos questionários neste período e os outros 40% durante a semana.

A partir desses critérios e levando em consideração a série histórica da PDTD, criou-se a tabela a seguir, o qual inclui locais, dias da semana, períodos de aplicação (manhã, tarde ou noite / M,T,N) e a quantidade de pesquisadores em cada local.

TABELA 2 - Locais de aplicação da PDTD

		SEX	SAB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM
		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Casa de Chica da Silva	M 08h às 13h			2							2
	T 12h às 17h	1	3			1	1	1	1	3	
Museu Casa de JK	M 08h às 13h		1	2						2	2
	T 13h às 17h	1	2					1	1	2	
Igreja do Amparo	M 09h às 12h	1		1					1		1
	T										
Igreja do Rosário	M 08h às 12h			1		1					1
	T										
Casa da Glória	M 08h às 13h	1	2				1		1	2	
	T 13h às 18h	1	2						1	2	
Museu do Diamante	M 9h às 12h										
	T 12h às 17h30	1	1			1		1	1	1	

Mercado (incluindo Seresta sexta à noite)	M 9h às 13h	1	3						1	3	
	T 13h às 18h		1							1	
	N 20h às 23h	2							2		

Fonte: Silveira e Medaglia (2014b, p.71)

Os números apresentados nas células dizem respeito à quantidade mínima de pesquisadores de campo/discentes no local e os horários de funcionamento.

A **técnica de coleta de dados** empregada foi baseada em um questionário elaborado a partir dos padrões da OMT (2004), subdividido em grupos de perguntas, quais sejam “Característica da Viagem”, “Motivações”, “Percepções e Expectativas”, “Circuito dos Diamantes ou Instituto Estrada Real” e “Dados Estatísticos¹⁰”. O questionário é composto de oito questões fechadas, treze semiabertas, três abertas e a questão 16, a qual é subdividida em 25 variáveis analisadas por meio de escala entre ótimo e péssimo, com a opção “não usou / não sabe”, o que totaliza, assim, 55 questões. Essa estrutura de instrumento de pesquisa permitiu a coleta de dados qualitativos ao mesmo tempo que possibilitou a coleta quantitativa. Esse instrumento de coleta de dados foi também o que originou o *template* passado para os *Palm® Tops*, conforme projeto desenvolvido com o Departamento de Computação da UFVJM, financiado pela FAPEMIG, mencionado na Introdução desta tese. Esse documento figura nos elementos pós-textuais como Anexo A. Os alunos contavam, ainda, com uma ‘Ficha de auxílio para aplicação de Pesquisa’, instrumento usado nos momentos das questões com muitas alternativas de respostas, bem como, questões consideradas embaraçosas, como por exemplo, ‘Renda Média Familiar Mensal’. Este outro documento é apresentado como Anexo B.

Em termos de **produção acadêmica**, além dos nove relatórios técnicos, a PDTD contabiliza três artigos em periódicos indexados, três artigos em anais de eventos, dois capítulos de livros e três bolsas de iniciação científica - além, obviamente, de ser a base empírica desta tese de doutoramento. O último relatório técnico (SILVEIRA e MEDAGLIA, 2014a) está anexado ao final desta tese (Anexo C).

Quanto aos **impactos/contribuições indiretos**, as informações têm sido usadas em diversos trabalhos acadêmicos e também textos jornalísticos, mas não há um levantamento acerca do uso dos relatórios como referência bibliográfica em trabalhos de conclusão de curso e em outros trabalhos de pesquisa. Sabe-se que, em todos os semestres os resultados têm utilidade para esses trabalhos, assim como já tiveram para, pelo menos, dez dissertações de mestrado e duas teses de doutorado. Outro impacto indireto que pode ser mencionado está relacionado à divulgação da própria UFVJM e seu

¹⁰ Cabe aqui esclarecer que usamos a nomenclatura “Fins Estatísticos”, pois sentimos os entrevistados constrangidos quando questionados acerca de dados pessoais, como gênero, idade, renda média etc.

Curso de Turismo junto aos turistas abordados/entrevistados – fato que pode ser considerado positivo por se tratar de uma instituição federal de ensino relativamente nova. O mesmo vale para os trabalhos apresentados em eventos e revistas científicas que versam acerca da PDTD e divulgam a UFVJM e seu Curso de Turismo, além da cidade de Diamantina.

Para contextualizar a realidade na qual a PDTD está inserida e que influencia diretamente desta tese, apresentaremos, a seguir, a cidade de Diamantina em diferentes perspectivas.

4.2 Diamantina: a cidade, ‘sua’ universidade e o destino turístico

A cidade de Diamantina tem seu histórico ligado às migrações decorrentes do garimpo. Em termos geopolíticos, Diamantina faz parte da região do **Vale do Rio Jequitinhonha**, no Estado de Minas Gerais. Segundo o Portal do Polo Jequitinhonha¹¹, o Vale do Jequitinhonha fica no nordeste do Estado de Minas Gerais e ocupa uma área de 79 mil km², com uma população estimada em aproximadamente 940.000 habitantes - da qual os habitantes estão distribuídos entre 75 municípios, 52 organizados nas microrregiões Alto, Médio e Baixo Jequitinhonha e 23 integrados à antiga área mineira da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE). Com base nos dados do Sistema de Informações Territoriais do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Sabino *et al* (2013) afirmam que o território do Alto Jequitinhonha abrange uma área de 19.578,30 Km² e é composto por 20 municípios. O último censo do IBGE¹² aponta que Diamantina possui uma população de 45.880 habitantes e uma área de 3.891.659km² com a predominância do setor de serviços na formação de seu produto interno bruto.

Ainda os autores, no Alto Jequitinhonha havia ouro e diamantes em abundância, o que atraiu desde o início - por volta de 1550 - a atenção da Coroa Portuguesa e dos Bandeirantes Paulistas, fato que deu início ao movimento de exploração da região. A história de Diamantina se inicia, mais especificamente, em meados de 1678, quando a **bandeira de Fernão Dias Paes** chega ao Rio Jequitinhonha em busca de minerais e pedras preciosas. A primeira descoberta de ouro ocorreu no final do século XVII, na cidade do Serro, então sede da região (FURTADO, 2003 citada por OLIVEIRA e VIEIRA, 2012).

Porém, somente mais tarde, no início do século XVIII, foi que Antônio Soares e Manuel Corrêa Arzão descobriram riquezas na região, a qual ficou conhecida como Serro

¹¹ Disponível em <https://www2.ufmg.br/polojequitinhonha/O-Vale/Sobre-o-Vale>, acesso em 20 jun. 2014.

¹² Disponível em http://ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?lang=_ES&codmun=312160&search=minas-gerais|diamantina|infograficos:-dados-gerais-do-municipio, acesso em 05 set. 2017.

Frio. A fama das lavras de ouro se espalhou, e a região começou a atrair diversos aventureiros de todos os cantos (MATA MACHADO FILHO, 1980). Um grupo liderado por Jerônimo Gouvêa dirigiu-se ao norte, seguindo o curso do Rio Jequitinhonha, e chegando até a confluência do córrego Piruruca e o Rio Grande, e fixou-se no local, dando início ao então **Arraial do Tijuco**. Nesse local, uma grande quantidade de ouro foi encontrada, fato que fez com que os primeiros moradores ali se fixassem, os quais denominaram o local de Burgalhau. Nessa localidade, até aquela época, só se tinha conhecimento das lavras de ouro, pois a descoberta dos diamantes na bacia do Jequitinhonha deu-se, somente, entre os anos de 1719 e 1722. A atração causada pela notícia da abundância mineral acalentou Portugal, que atravessava um declínio do comércio do açúcar na segunda metade do século XVII. Financiados por Portugal, no caso das Entradas, ou por particulares, especialmente da região de São Paulo que se denominou Bandeiras, “calcula-se que tenham chegado à região cerca de 30 a 50 mil aventureiros, vindos de Portugal e de todas as partes da colônia”¹³, sendo que, com a mineração, fez-se necessário a implantação da agricultura e pecuária voltada para a subsistência.

Entre os desdobramentos que marcaram a produção profusa de minérios na região, vale destacar que, em função da necessidade de subsistência, o vínculo com a terra trouxe peculiaridades nas tradições de herança – o que resultou em outra tradição da comunidade, as migrações, vista por Matos (2000) como uma consequência do histórico declínio regional. A região é caracterizada por intenso fluxo migratório, baixa oferta de emprego e taxa de urbanização. Segundo o Polo Jequitinhonha¹⁴,

Uma das características mais marcantes do Vale é o aspecto contrastante da sua realidade econômica. De um lado, a riqueza destacada pelas potencialidades do subsolo, promissor em recursos minerais, de seu patrimônio histórico e cultural, referência para Minas Gerais e para o Brasil, de seu artesanato diversificado e de seus múltiplos atrativos turísticos; de outro, a extrema pobreza em que vive grande parte de sua população. Os municípios apresentam problemas nas áreas de saúde, saneamento e educação. O meio-ambiente vem sendo sistematicamente agredido pela atividade mineradora, comprometendo seus recursos hídricos.

Ainda que se possa perceber a existência de uma estrutura social muitas vezes baseada mais na honra que na dignidade, apropriando-se dos conceitos de castas, não há meios precisos que indiquem por quanto tempo uma atividade deve ser feita para que seja considerada tradicional. Talvez, a clareza com que os povos oriundos dos quilombos e dos povos indígenas sejam percebidos, remeta às questões mais relacionadas às suas

¹³ Disponível em <http://blog.onhas.com/o-incentivo-da-coroa-e-o-povoamento>, acesso em 20 jun.2014.

¹⁴ Disponível em <https://www2.ufmg.br/polojequitinhonha/O-Vale/Sobre-o-Vale>, acesso em 20 jun.2014.

privações de direitos ou lutas por equidade, mas falar do homem do garimpo ou de uma **cultura do garimpo** ainda pode suscitar indagações acerca de sua singularidade.

Outra questão, até mais frequentemente relacionada à origem garimpeira da região, diz respeito à vulnerabilidade da população em relação à legislação. Por exemplo, já em 1730, depois de toda a migração, um Ato Real declarou a extração dos diamantes como monopólio da coroa, desapropriando, assim, terras e constituindo o Distrito Diamantino na Comarca do Serro Frio, com a sede no Tijuco (MATA MACHADO FILHO, 1980). Em 1734, devido à grande sensibilidade no preço dos diamantes, a coroa limitou a extração, ficando suspensa a exploração das lavras até 1739, em função da redução dos preços do diamante (MATA MACHADO FILHO, 1980). Com o fim dos garimpos, os donos do negócio diversificaram seus investimentos e continuaram nas classes superiores. Já “o ofício do garimpo não foi tratado com a devida importância pelas legislações. Apenas foi visto de acordo com conveniências de cada momento, portanto, produzindo e perpetuando a marginalização dos trabalhadores” (OLIVEIRA e VIEIRA, 2012, p.6). Quando a mineração de diamantes voltou a ser permitida, foi sob o regime dos contratos, no qual os contratadores detinham o direito de garimpar e cobrar impostos, impossibilitando qualquer outra pessoa de possuir lavras ou garimpos nas terras do Arraial do Tijuco. Os contratadores podiam minerar no perímetro demarcado, tinham que pagar uma taxa de duzentos e trinta mil réis por tais atividades e podiam ter até seiscentos escravos trabalhando nas lavras. O primeiro contrato para a exploração dos diamantes, o qual vigorou entre o 1º de janeiro de 1740 a 31 de dezembro de 1743, foi o de João Fernandes de Oliveira em sociedade com Francisco Ferreira da Silva (SANTOS, 1976). Foi nessa fase da história do Tejuco que a população aumentou, o comércio se desenvolveu, templos e outros edifícios importantes foram construídos, graças aos hábitos moderados do contratador, mesmo com a realidade do garimpo e do contrabando. Como geralmente o contratador não perseguia os garimpeiros e até parecia tolerar o contrabando, muitos enriqueceram, vivendo abundantemente no luxo. Segundo Santos (1976), havia uma atmosfera frívola que prevalecia no século XVIII e que podia ser verificada nos trajes, nos hábitos requintados e nos costumes da época. Em 21 de novembro de 1761, o contratador João Fernandes teve seu filho como seu único sócio - também com o nome João Fernandes de Oliveira - e dessa forma, somente eles, detinham poderes de contratador. João Fernandes de Oliveira tornou-se uma figura importante na história de Diamantina, inclusive por seu relacionamento com Chica da Silva, com quem viveu e teve filhos.

Os contratadores adquiriram uma riqueza incalculável e um poder enorme, sonegando da coroa grande parte do que extraíam, sendo quase impossível indiciá-los por seus crimes (FURTADO, 2001). Essa tradição de ilegalidade marcou a trajetória do garimpo

e, por sua vez, fez tradição na cultura da cidade. Pela vulnerabilidade às leis e às mudanças de normas impostas por parte do governo e de seus representantes, o garimpeiro oscilou de tempos em tempos entre a legalidade e a clandestinidade. Martins (2008, p.76 citado por OLIVEIRA e VIEIRA, 2012, p.6) afirma que:

No que se refere ao garimpo, à legislação brasileira e à ação governamental, ao optarem pela concentração gradual das atividades de mineração, jogaram os garimpeiros na situação de perene marginalização social e clandestinidade. No período colonial, como se viu, a garimpagem foi proibida e o garimpeiro transformado num criminoso.

Não há uma afirmação salientando que o trabalhador tenha sido impedido de exercer seu ofício, mas o que parece é que ele seguiu fazendo o que sempre fez, agora à margem da lei. Tais transgressões e insubordinações à legislação são relatadas pelo mesmo autor, tratando dos temas mais recentes do garimpo, em relação a questões trabalhistas, ambientais e fiscais. Martins (2007, p.9) aponta que:

O xis da questão está no fato de que, para a identidade garimpeira tradicional, o pequeno minerador é sujeito formado em oposição à lógica do mercado (empresa de mineração, com relações de trabalho assalariadas, impessoais e hierarquizadas), à presença do Estado (regulamentação burocrática e cobrança de tributos) e ao respeito à natureza (porque a faina do garimpeiro é lutar contra ela).

Furtado (2001) pondera ainda que a sociedade tejuicana conseguiu ascender socialmente ludibriando as regras impostas. Contudo, Oliveira e Vieira (2012) consideram que esse era um grupo bem restrito da sociedade - formado somente pelos que tinham interesses diretos no processo extrativo e no comércio do diamante. Vale a pena ressaltar que tal ascensão não valeu para os desvalidos e marginalizados - os que ousavam à prática do garimpo fora dos padrões estabelecidos. Segundo Martins (2007, p.2),

A literatura regional desenhou os traços da imagem social do garimpeiro. Ele trabalha sozinho ou com poucos companheiros, considerados irmãos. Seus contratos são de boca, baseados na confiança e na honra; o 'garimpeiro honrado' é aquele cuja conduta observa a palavra empenhada [...] está acostumado às oscilações da fortuna: hoje rico, amanhã pobre. O garimpeiro resiste ao contato e à colaboração com o Estado, porque os governos perseguiram os pequenos mineradores.

Tais características ainda são perceptíveis nas relações comerciais atuais e demonstram o vínculo da comunidade local com o que se convencionou chamar de 'cultura do garimpo', a qual, localmente valorizada, inclui mais algumas das características do homem do garimpo, como a cautela no convívio social, pois, quando o assunto é mineração, o garimpeiro cala-se para manter segredo de seus achados. Além disso,

o garimpeiro tem aversão a hierarquias, desdenha de saberes formais e complicados, como o dos geólogos e engenheiros [...] Ele é apegado às técnicas tradicionais, bem ajustadas ao saber empírico adquirido na labuta

da faiscagem¹⁵. Daí sua resistência às inovações técnicas, à escrita contábil e ao planejamento (MARTINS, 2007, p.2).

Dessa característica vem parte da origem da resistência apresentada à integração da Universidade com a sociedade local, essencial para a contextualização desta pesquisa e tratada mais adiante.

Considerando a importância dos **atrativos turísticos de Diamantina** ligados ao catolicismo e à relação da fé com o garimpo, é necessário que façamos uma apresentação dessa relação. Assim, a religiosidade, especialmente a católica, trazida pelos portugueses, encontrou terreno fértil na tradição garimpeira, qualquer fator que pudesse aumentar as chances de sucesso dos garimpeiros, além da boa sorte, intensificava a fé e a gratidão dos afortunados. Magnani (2013, p.197) comenta que

A população mineira no século XVIII, numerosamente portuguesa, seria 'transplantadora' de comportamentos religiosos típicos da Península Ibérica com os potencializadores contornos da contrarreforma. Esses comportamentos, reforçados pela insegurança no trabalho mineiro e pela existência da contradição posta entre o primado dos sentidos e o apelo do sobrenatural (o profano e o místico), determinariam a monumentalidade da arte religiosa. No Tijuco, a monumentalidade possível era determinada ainda por disponibilidade de recursos materiais e proeminências organizacionais das irmandades.

As consequências de tais características da história, arquitetura e, conseqüentemente, do turismo de Diamantina são aparentes até os dias atuais. A peculiaridade das construções limitadas pelo relevo, clima e materiais de construção existentes à época do povoamento geraram um acervo arquitetônico ímpar. Conforme será tratado adiante, tal acervo foi reconhecido como patrimônio da humanidade e atrai interesse especial devido suas características estéticas.

Algumas das particularidades de prédios religiosos, públicos ou de habitações da população local foram mais situacionais do que intencionais como, por exemplo, a escassez de pedra sabão na região, material de construção largamente utilizado em outras localidades que também apresentam acervo barroco em Minas Gerais. O domínio exercido por parte de Portugal após o terremoto de Lisboa tornou mais rígido o controle do ouro e impôs restrições arquitetônicas às construções na colônia, especialmente aos acabamentos. As igrejas de Diamantina são, ainda, diferentes daquelas em outras regiões do estado devido ao isolamento imposto à área diamantífera resultante da implementação da Real Extração, em 1771. Esse isolamento por muitos anos não permitiu o intercâmbio cultural, fato que fez com que estas construções sofressem pouca ou nenhuma influência da arquitetura de templos erguidos em outras cidades (SOUZA JR, 2011).

¹⁵Faiscagem é o nome popular que se dá ao garimpo artesanal de pequena escala, feito às margens dos rios, com bateias manuais.

Mesmo antes do fim da Real Extração, a região já havia se desenvolvido a olhos vistos, e em 1831 o Arraial do Tijuco passou à categoria de Vila, sendo elevado ao status de município em 1838, quando passou a ser chamado de Diamantina (MATA MACHADO FILHO, 1980). Entretanto, após a segunda metade do século XIX, descobertas de novas jazidas de diamantes na África do Sul derrubaram o preço do minério, o que impôs uma séria crise econômica em Diamantina entre os anos de 1860 e 1870. Nesse período houve grande movimentação em busca de alternativas econômicas, o que intensificou as ligações viárias na região. Tal evolução nas vias de transporte tinha vistas à industrialização, a qual necessitava de uma localização privilegiada na porção norte do estado.

Por ter um solo que praticamente inviabiliza a atividade agropecuária em larga escala, diferentemente das outras cidades mineiras, Diamantina encontrou na indústria de tecidos sua alternativa de sobrevivência econômica. Foi instalado então em Diamantina e região um complexo industrial de importância e magnitude consideráveis para aquele momento histórico – a construção de três grandes cotonifícios industriais: a Fábrica de Biribiri, a Fábrica de São Roberto e a Fábrica de Santa Bárbara, todas pertencentes à Igreja (MAGNANI, 2008, p.30 e 31).

No final do século, Diamantina havia se tornado um importante núcleo urbano dada sua posição geográfica, acessibilidade e desenvolvimento industrial. Contudo, conforme Goodwin Jr. (2007), carecia de melhoramentos sociais e de infraestrutura; entre as metas dos políticos locais estava a construção de um ramal ferroviário que chegasse até a cidade a fim de facilitar o transporte de cargas e passageiros. Pensava-se que a ferrovia intensificaria a importância de Diamantina e seu papel de liderança regional; entretanto, o resultado da chegada da **ferrovia em 1920** resultou na pulverização de oportunidades ao longo da linha férrea para outras cidades. Esse fato, aliado à decadência da competitividade causada pela indústria têxtil no estado, e no país (MARTINS, 2000), fez com que o período pós-implantação da ferrovia marcasse o declínio de Diamantina. Contudo, a expansão viária também teve alguma influência positiva no desenvolvimento da cidade, o poder político local tornou Diamantina a sede de diversos órgãos públicos, fato que atribuiu ao local considerável protagonismo na primeira metade do século XX. Além disso, em **1938 o IPHAN, tombou parte da cidade**, o que, segundo Silveira *et al* (2012, p.8) favoreceu “a preservação dos casarões, templos e construções coloniais [...] o que repercutiu de forma decisiva no conjunto arquitetônico que hoje está entre os principais atrativos da cidade para os turistas”.

É importante também mencionar o destaque que a cidade teve nos esportes à época, fato que resultou na construção da Praça de Esportes, em 1944. Tal construção, segundo Conceição e Fernandes (2005), de um lado ajudou a atrair visitantes e, de outro, explicitou a limitação de hospedagem local. As pretensões locais de progresso começaram a frutificar quando o diamantinense Juscelino Kubitschek de Oliveira (JK) foi eleito

governador do estado de Minas Gerais, em 1951. Segundo Conceição e Fernandes (2005), entre os anseios do então governador estava a construção de um hotel de turismo na cidade, o que acabou concretizando-se tempos depois e conduzindo a economia de Diamantina para o turismo. Durante seu período como governador, JK implantou a Faculdade de Odontologia em Diamantina, a qual alteraria significativamente o futuro do município.

As décadas de 1970 e 1980 são dedicadas à estruturação política da atividade turística em Diamantina a partir da criação do Circuito dos Diamantes, em 1977, cuja função seria preparar a localidade para o turismo. Segundo Silveira *et al* (2012, p.9)

O interesse no setor aliado à vocação da localidade para o turismo, devido ao seu acervo histórico e cultural, fez com que a atividade começasse a se desenvolver, ainda que timidamente e com uma sazonalidade grande, já que a cidade recebia maior fluxo de visitantes apenas em determinadas épocas do ano, como nos festejos religiosos, carnaval e eventos culturais isolados.

O ano de 1999 é um grande marco na história da cidade e de seu desenvolvimento turístico dada a inscrição, e subsequente outorga, do **título de Patrimônio Cultural da Humanidade**, o qual deu a Diamantina o status de destino de interesse internacional. Dos dez critérios utilizados pela **UNESCO** para considerar um bem como mundial, dois foram cruciais para a inclusão de Diamantina

(ii): exibir um evidente intercâmbio de valores humanos, ao longo do tempo ou dentro de uma área cultural do mundo, que teve impacto sobre o desenvolvimento da arquitetura ou da tecnologia, das artes monumentais, do urbanismo ou do paisagismo

(iv): ser um exemplar excepcional de um tipo de edifício, conjunto arquitetônico ou tecnológico ou paisagem que ilustre (um) estágio(s) significativo(s) da história humana (Unesco¹⁶).

Existe uma relação direta entre o título de Patrimônio da Humanidade e o desenvolvimento da atividade turística em Diamantina, seja pelo interesse gerado na demanda turística potencial que o título desperta, seja pelas exigências impostas pela UNESCO no sentido de facilitar acesso às pessoas ao que é de interesse de todo o mundo. Bulhões (2011) traça um paralelo entre o que foi destacado como necessário pela UNESCO à época da outorga e a situação existente no início desta década, demonstrando o avanço em termos de estrutura e políticas públicas da área de turismo que o status de patrimônio da humanidade auferiu ao município. Essas políticas de desenvolvimento e de proteção do patrimônio, incluindo os impactos ao ambiente, tiveram menos aderência do cidadão comum diamantinense do que da elite local, ainda que tenham sido oficialmente apoiados pela população como um todo.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/world-heritage/heritage-legacy-from-past-to-the-future/>>. Acesso em: 20 jan.2015.

De qualquer forma, em termos turísticos, é possível afirmar que o título da UNESCO acabou coroando o potencial turístico explícito no destino Diamantina: a cultura. Isso porque motivação de visita ligada aos atrativos culturais (cultura, eventos musicais, arquitetura, personagens) foi a mais citada pelos entrevistados em todas as edições da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região (PDTD) estudadas nesta tese e apresentadas mais adiante neste capítulo.

Embora haja uma lacuna no processo de pertencimento, assim como no processo da UNESCO, a criação da Universidade foi possível a partir do apoio da comunidade. O embrião da UFVJM foi a Faculdade de Odontologia (FAOD) criada nos anos 1950, cuja instalação na época, não anunciou a interferência externa que iria personificar no futuro. No momento de sua criação, a faculdade representava somente uma novidade no rol de entidades as quais, até então, eram sediadas em outras regiões, mas tentavam interferir no modo de vida local.

Segundo dados da própria **UFVJM**, a FAOD, a qual entrou em funcionamento em Maio de 1954 (CONCEIÇÃO e FERNANDES, 2005), foi criada por meio do decreto de Lei estadual nº 990 de 30 de Setembro de 1953 por Juscelino Kubistchek durante seu governo em Minas Gerais. Já havia uma demanda em Diamantina da necessidade de funcionamento de outros cursos na área de saúde, tão carente na região, especialmente do curso de Medicina. Entendendo Diamantina como uma cidade de potencialidade adequada à educação e ao turismo, também havia uma demanda para a criação de cursos como o de Literatura e Música. Em Dezembro de 1960, no governo de JK - então Presidência da República -, a FAOD foi federalizada e, nos anos seguintes, passou por períodos de estruturação tanto física quanto administrativa. A partir dos anos 1970, a faculdade foi transformada em autarquia, tendo, assim, maior autonomia e recebendo o nome de Faculdade Federal de Odontologia de Diamantina (FAFEOD). Os anos de ditadura foram particularmente discretos na Instituição, a qual seguia seu curso de formação praticamente sem se envolver em movimentos, muito em função da pequena quantidade de alunos que dispunha.

Em termos sociais, não havia um impacto tão grande causado por um único curso e um grupo de professores, ainda mais considerando que o motor econômico da cidade ainda passava longe de ser o ensino superior. A integração com a comunidade era bastante fluida, e em 12 de Setembro de 1996 foi inaugurado o Centro Cultural JK - no governo de Fernando Henrique Cardoso -, um "espaço desenhado em linhas modernas, destinado a implementar manifestações criativas e a preservar a memória cultural folclórica da região, aberto a participação dos diferentes segmentos sociais da comunidade diamantinense" (CONCEIÇÃO e FERNANDES, 2005, p.95). Desse espaço de festa, o qual

foi erguido em homenagem a Juscelino Kubistchek, é possível visualizar o Pico do Itambé. Os tempos estavam mudando em Diamantina, cidade que tinha sido abatida pela proibição do garimpo no início da década.

Em 1997, foi inaugurado o curso de graduação em Enfermagem, marcando o início do crescimento da cidade. Em 2001, por sua vez, os projetos de seis novos cursos de graduação foram aprovados e a Instituição passou de Faculdade de Ciências da Saúde e Faculdade de Ciências Agrárias a Faculdades Federais Integradas de Diamantina (FAFEID) (CONCEIÇÃO e FERNANDES, 2005). Em 2005, com o processo de expansão do ensino público federal, a então Faculdade foi elevada à condição de Universidade, abarcando também outro vale mineiro, sendo então chamada, por meio da Lei nº 11.173 de 2005, de Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM).

Há um processo interessante de mudança de 'sujeito' nessa evolução. A chegada dos alunos e professores de Odontologia no final dos anos 1950 apresenta o diferente à cidade, fortalecendo, especialmente, a participação de estudantes no mosaico social local. Contudo, o crescimento da Universidade pode ser, de forma simbólica, comparado à chegada da globalização na sociedade protegida diamantinense. O sujeito em busca de reconhecimento (HONNETH, 2003 citado por SILVEIRA e MEDAGLIA, 2017), de manutenção de sua cultura e do modo de vida, passa a ser o próprio habitante, encurralado pelas tendências modernizadoras impostas pelo público de fora – público esse, vinculado à Universidade. Em contrapartida, a Universidade passa a assumir uma função social a partir da consolidação das ações de extensão de um quantitativo de cursos ligados a outras áreas e não somente à saúde. Esse pode ser considerado um impacto positivo, uma vez que os cursos da área de saúde oferecem ações de extensão comumente ligadas à prestação de serviços, levando a comunidade para locais pré-estabelecidos dentro da estrutura universitária, como clínicas e laboratórios. A expansão da UFVJM passa a levar a comunidade local para dentro da universidade, agora como alunos - e não mais como pacientes -, bem como a levar o 'saber-fazer' para instituições de outras áreas que não as da saúde, como por exemplo, as de educação e do turismo.

Além disso, a Universidade passa a ser, não somente a maior Instituição de Ensino de Diamantina, mas o maior empreendimento da cidade, fazendo com que relação entre cidade e Universidade seja permeada de características culturais que remetem às tradições locais, representando, assim, um novo ciclo de desenvolvimento.

Ao mesmo tempo em que a cidade recebia as transformações na UFVJM, Diamantina também recebia os frutos – e exigências – da declaração de Patrimônio Cultural da Humanidade. Assim, para dar suporte ao desenvolvimento turístico impulsionado pelo título da UNESCO em 2002, foi criada a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo - cuja lei

de criação recebeu, em 2005, também o setor Patrimônio, passando, dessa forma, a ser denominada Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio, expressando claramente a importância que a atividade turística tem para a cidade.

A partir da implantação da UFVJM, no segundo semestre de 2006 teve início a primeira turma do Curso de Bacharelado em Turismo – o qual vem formando alunos semestralmente desde 2010, além de desenvolver projetos de extensão e pesquisa em Diamantina e na região - incluindo a pesquisa objeto desta tese de doutoramento, qual seja, a Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região.

Obviamente, todo esse histórico e iniciativas recentes não garantem à cidade um fluxo turístico contínuo, exigindo, assim, que Diamantina atue constantemente no aprimoramento de suas atividades relacionadas ao turismo - fato que perpassa o envolvimento dos órgãos responsáveis pelo ordenamento e desenvolvimento turístico com as demais entidades ligadas ao turismo, sejam públicas e/ou privadas, em âmbito local ou global. O mapeamento dessas entidades especificamente ligadas ao turismo será apresentado a seguir.

4.3 Discussão e caracterização dos (potenciais) usuários das informações da PDTD

A importância deste subcapítulo está relacionada à compreensão da estrutura do sistema turístico de Diamantina, fato que só se torna possível a partir do reconhecimento das instituições que o compõem e as que nele atuam de forma complementar - levando em consideração que o resultado positivo ou negativo do processo de gestão do turismo diamantinense está intimamente relacionado ao desempenho de cada um dos membros desse sistema. Assim, este subcapítulo apresenta e analisa as entidades reconhecidas nesse processo e, portanto, os **possíveis usuários da Pesquisa de Demanda Turística de Diamantina e Região**.

Cabe ponderar que o processo de atuação e de resultados complementares e sistêmicos não é inerente, especificamente, à Diamantina, mas é considerado característica da própria atividade. De acordo com Knupp (2014, p.294), “o setor de turismo é altamente interdependente, e o sucesso de uma organização, de certa forma, está intimamente ligado ao sucesso da outra”. Daí a relevância do estudo sistêmico do turismo, já discutido no capítulo 2.

Outra reflexão acerca da complexidade da constituição do turismo é o fato de que as entidades que o compõem fazem uso, de certa forma, do território e do patrimônio

para que possam se desenvolver. Por isso, os negócios turísticos não podem estar alheios à proteção e à conservação do entorno, devendo, portanto, cooperar com o financiamento e a reposição dos recursos renováveis e não renováveis utilizados na exploração da atividade de turismo (VALLS, 2003). Essa constatação é importante para **entender o número e a diversidade de entidades** apresentadas como usuários potenciais da PDTD, bem como a composição do documento que norteia essa seleção. Além disso, essa constatação também é importante para a compreensão da forma como a PDTD se tornou pública, qual seja, a disponibilização dos relatórios na página do Curso de Turismo no *site* da UFVJM e a entrega desses em papel ou CD para os locais de aplicação que solicitaram essa forma de envio. A cada nova edição, e-mails eram enviados para os atores do turismo local informando que um novo relatório da PDTD estava disponível e indicando o *link* de acesso. Contudo, nunca houve uma apresentação formal das informações, ainda que tenham sido oferecidas palestras para a Prefeitura e outras instituições.

Na busca por um critério para estabelecer os potenciais usuários da Pesquisa de Demanda Turística de Diamantina e Região, optou-se por investigar parâmetros da teoria de políticas públicas de Turismo, bem a realidade da organização pública local mais significativa, a Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio (SECTur). A justificativa para tal escolha está no fato de que o presente trabalho tem como objetivo encontrar caminhos para que as informações na PDTD sejam aplicadas no destino turístico Diamantina, de forma a contribuir para o desenvolvimento do turismo local.

Assim, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT)¹⁷ foi uma das principais ações da Política Pública Brasileira de Turismo elaborada pelo governo federal de acordo com diretrizes da Organização Mundial de Turismo (OMT), e implementada em 1996 (BENI, 2001). Dentre as muitas diretrizes, transformações e avanços gerados pelo PNMT, a indicação da criação do **Conselho Municipal de Turismo (COMTur)** por parte das prefeituras inseridas no PNMT foi um dos impactos mais positivos deixados pelo Programa. De acordo com Silveira *et al* (2014, p.73) “o município deveria criar um Conselho Municipal de Turismo, formado por representantes do próprio governo, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada. A função do conselho seria a de nortear as políticas municipais de turismo e gerir o Fundo Municipal de Turismo”. O impacto desse processo de desenvolvimento turístico gerado pelo PNMT foi tão positivo, que o Brasil se

¹⁷ São inúmeras as pesquisas que descreveram, estudaram e analisaram o PNMT ao longo das últimas décadas, sendo que muitas delas podem ser recuperadas nas principais revistas científicas do campo. Mesmo assim, para aprofundar o conhecimento a respeito do PNMT sugere-se a obra “Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações”, organizada por Pimentel, Emmendoerfer e Tomazzoni e editada pela EDUCS em 2014.

transformou em estudo de caso internacional. Os COMTur continuam sendo implementados e geridos em muitos municípios brasileiros que reconhecem no Turismo um caminho para seu desenvolvimento socioeconômico, como Diamantina. Dessa forma, a partir de listagem (Anexo D) dos **membros do Conselho Municipal de Turismo de Diamantina**, concedida pela (então) representante da UFVJM no COMTur, docente do Curso de Turismo Prof.^a. Raquel Faria Scalco foi realizado um levantamento dos potenciais usuários da PDTD.

QUADRO 8 - Natureza das entidades representadas no COMTur

ENTIDADE	ORIGEM (Setor)
Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio – SECTur	Público
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM	Público
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural	Público
Instituto Estadual de Florestas – IEF	Público
Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais	Público
Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano	Público
Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais – EMATER	Público
Câmara de Vereadores	Público
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Hospedagem</u>	Privado
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Alimentação</u>	Privado
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Receptivos</u>	Privado
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Comércio Geral</u>	Privado
Associação de Guias de Turismo de Diamantina – ASGUITUR / <u>Guias</u>	Privado
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC	Sociedade Civil
Circuito dos Diamantes	Sociedade Civil
Associação de Seresteiros de Diamantina	Sociedade Civil
Instituto Biotrópicos	Sociedade Civil

Fonte: elaborado pela autora.

É necessário ressaltar que a composição do Conselho Municipal do Turismo não se dá por representatividade, fato que pode gerar uma percepção equivocada sobre o número de entidades privadas que podem ser confundidas com o terceiro setor. Na verdade, várias associações que *a priori* seriam chamadas de organizações não governamentais e que, portando, são membros do terceiro setor, representam associados da iniciativa privada no conselho, o que significa dizer que a classificação adotada no quadro acima diz respeito à origem das entidades que se associam e têm representação no COMTur, não à figura jurídica desse representante.

Há uma proporção maior de representações do setor público, o que não é surpreendente em uma cidade com as características mostradas por Diamantina, a fragilidade e proteção demandadas por seu patrimônio cultural e a singularidade de seu

entorno ambiental, o qual é igualmente protegido. Ademais, a própria limitação quantitativa da iniciativa privada reduz o número de representantes no conselho, o que gera uma divisão por área de atividade dentro da única associação da iniciativa privada (Associação diamantinense de empresas ligadas ao turismo - ADELTUR).

Cabe lembrar ainda que, ao seguir a estrutura sugerida para Conselhos Municipais de Turismo, o COMTur de Diamantina tem **representações por áreas** e não por entidades. Isso significa que diferentes entidades, entre titulares e suplentes de representação, diferentes participam da representação no COMTur, e isso amplia sua atuação. Por outro lado, tal tipo de representação reduz a capacidade decisória dos representantes nos casos em que as entidades representadas alternam frequência em reuniões, ou que tenham pontos de vista distintos sobre determinados temas. Na área de Meio Ambiente, por exemplo, o representante titular é da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural, enquanto a vaga de suplente é ocupada por um servidor do Instituto Estadual de Florestas (IEF). Vale ressaltar que nem sempre os interesses do estado são compatíveis com os interesses municipais, ou vice-versa.

De qualquer forma, o Conselho é a entidade mais representativa para a área de turismo; mais que para outros setores. Por conseguinte, é a entidade com melhor chance de congrega usuários, ou potenciais usuários, da PDTD. Outro cruzamento realizado com o intuito de definir a amostra mostrou que quanto mais próximo o âmbito geográfico de atuação da entidade representada e mais íntima a relação com a atividade turística, maior a propensão de impactos, especialmente positivos, sobre o turismo. É possível ter maior clareza dessas relações a partir do levantamento geral apresentado no quadro 9, o qual também mostra a análise entre a relação da PDTD com o turismo de Diamantina:

QUADRO 9 - Área e âmbito dos potenciais usuários da PDTD

ENTIDADE	AMBITO	AREA REPRESENTA
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Comércio Geral</u>	Municipal	Empresas locais
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Receptivos</u>	Municipal	Agenciamento receptivo
Associação de Guias de Turismo de Diamantina – ASGUITUR / <u>Guias</u>	Municipal	Guiamento turístico
Associação de Seresteiros de Diamantina	Municipal	Música
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Hospedagem</u>	Municipal	Hospedagem
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Alimentação</u>	Municipal	Alimentação fora do lar
Câmara de Vereadores	Municipal	Legislativo municipal
Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio – SECTur	Municipal	Turismo e cultura

Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano	Municipal	Infraestrutura
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural	Municipal	Meio ambiente
Circuito dos Diamantes	Estadual	Turismo
Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais	Estadual	Segurança pública
Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais – EMATER	Estadual	Agricultura
Instituto Biotrópicos	Estadual	Meio ambiente
Instituto Estadual de Florestas – IEF	Estadual	Meio ambiente
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC	Federal	Qualificação
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM	Federal	Educação em turismo

Fonte: elaborado pela autora a partir do Anexo D.

Assim, é possível afirmar que o grupo de potenciais usuários da Pesquisa de Demanda Turística de Diamantina é formado pelas 17 áreas representadas no COMTur por distintas entidades, as quais têm características diferentes. Em sua maioria, são entidades públicas (oito), seguidas por entidades privadas (cinco) e pela sociedade civil (quatro).

O quadro 10 apresenta as entidades classificadas a partir do uso direto, ou indireto, que fazem da PDTD em suas atividades. O impacto que essas entidades têm no turismo local está retratado no quadro abaixo:

QUADRO 10 - Representação por uso da PDTD e seu impacto sobre o turismo de Diamantina

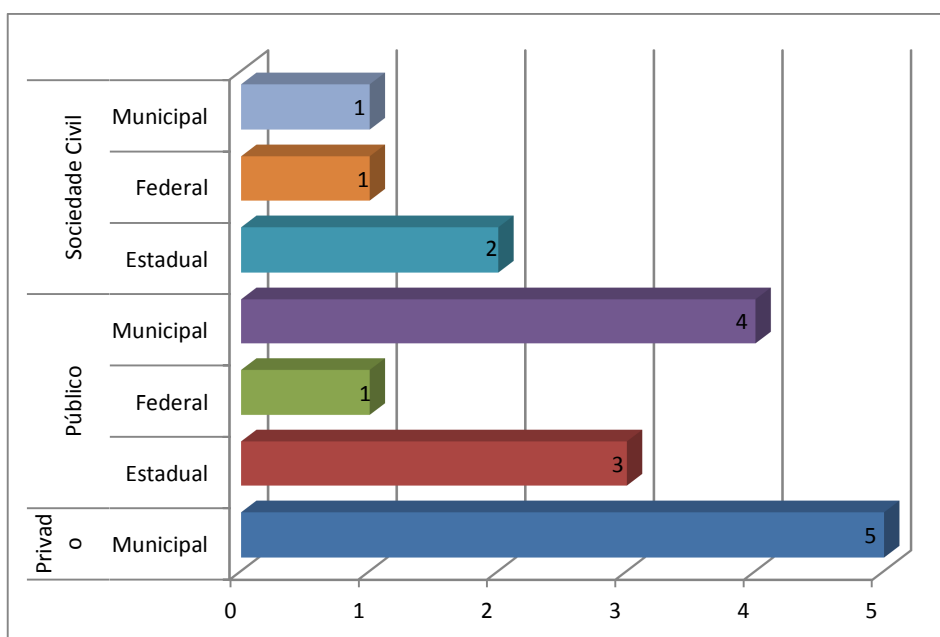
ENTIDADE	USO DA PDTD	IMPACTO NO TURISMO
Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio – SECTur	Direta	Alto
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Hospedagem</u>	Direta	Alto
Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR / <u>Alimentação</u>	Direta	Alto
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Receptivos</u>	Direta	Alto
Associação de Guias de Turismo de Diamantina – ASGUITUR / <u>Guias</u>	Direta	Alto
Circuito dos Diamantes	Direta	Alto
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM	Direta	Baixo
Instituto Estadual de Florestas – IEF	Direta	Baixo
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural	Indireta	Baixo
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC	Indireta	Baixo
Associação de Seresteiros de Diamantina	Indireta	Baixo
Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais	Indireta	Médio
Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano	Indireta	Médio
Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais – EMATER	Indireta	Médio

Câmara de Vereadores	Indireta	Médio
Associação Comercial de Diamantina – ACID / <u>Comércio Geral</u>	Indireta	Médio
Instituto Biotrópicos	Indireta	Médio

Fonte: elaborado pela autora.

As entidades que têm relação direta com a atividade turística, independentemente de serem públicas ou privadas, são as mais propensas a impactar diretamente nesta atividade; portanto, foram o principal foco do presente estudo de caso quando foi formada a amostra para as entrevistas da pesquisa qualitativa - apresentada na próxima subsecção. A metodologia de análise considerou o uso que a entidade poderia fazer das informações na PDTD no desenvolvimento de sua atividade central. Um critério 'direto ou indireto' de relação com a PDTD foi estabelecido para cada entidade para fins de **análise do uso** da própria pesquisa. Também foi feita, de forma objetiva, a **análise do impacto no mercado turístico gerado por** cada entidade e os resultados foram classificados como alto (entidades cujas ações podem mudar o direcionamento do turismo de Diamantina), médio (instituições cujas ações não passam despercebidas no turismo local) ou baixo (entidades cujas ações não geram impactos na atividade turística de Diamantina).

GRÁFICO 1 - Natureza e abrangência das entidades do COMTur

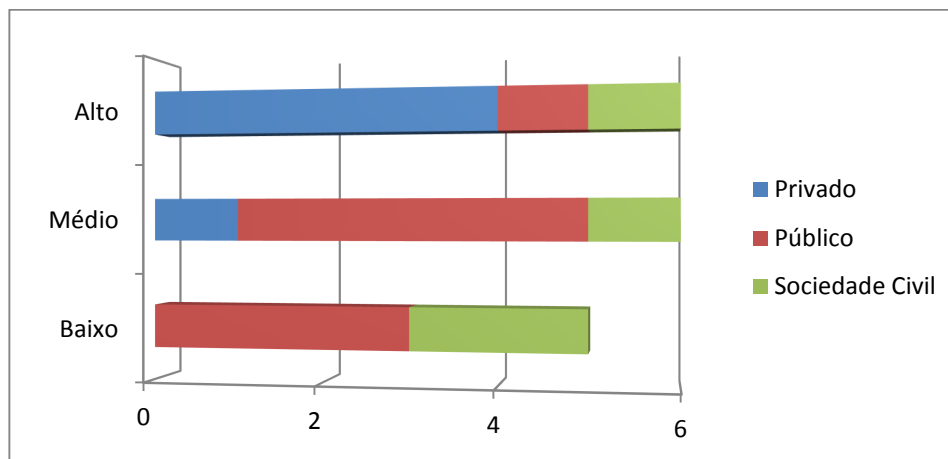


Fonte: elaborado pela autora.

Em termos de abrangência, o grupo que forma o COMTur vai ao encontro do que foi apresentado no capítulo 2 sobre os elementos que interagem no SISTUR, o qual é formado, majoritariamente, por entidades públicas, embora também tenha entidades privadas e representantes da sociedade civil. A relação com a PDTD é equilibrada, pois

nove entidades que compõem o grupo COMTur de Diamantina estão diretamente ligadas ao turismo, enquanto oito delas não estão diretamente ligadas a ele.

GRÁFICO 2 - Impacto das entidades do COMTur no turismo



Fonte: elaborado pela autora.

Por fim, os diferentes impactos que essas instituições podem causar no mercado turístico local também se mostraram equilibrados, pois seis de suas entidades foram classificadas como sendo de alto impacto, e outras seis como de médio impacto; apenas cinco instituições foram classificadas como sendo de baixo impacto. É importante destacar a composição correta do COMTur, pois nenhuma entidade analisada não tinha relação com o Turismo.

Entretanto, essa análise reforça a questão central, e motivadora, desta pesquisa: por que os atores do turismo de Diamantina, neste ponto da tese conhecidos como membros do COMTur, não faziam uso das informações geradas pela Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e região? Se tais entidades têm diferentes níveis de relação com, e impacto sobre o turismo local, porque não acessavam, discutiam ou valiam-se de conteúdos que poderiam nortear suas ações em relação aos turistas? De que forma, então, tais instituições buscavam e/ou empregavam informações para o desenvolvimento turístico local?

Assim, como fica claro ao longo de toda esta tese, não se conhece o uso das informações contidas na PDTD por parte das entidades envolvidas no turismo de Diamantina, os assim chamados atores do turismo local. Neste sentido, foi realizada a pesquisa de campo apresentada a seguir.

4.4 Entrevistas com os membros do COMTur de Diamantina

A presente pesquisa de campo foi realizada porque os possíveis usuários, atores do turismo de Diamantina, não foram considerados sujeitos do processo de produção de conhecimento por meio da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região, fato que acarretou o problema foco da pesquisa desta tese; ou seja, a não utilização da PDTD para fins de suporte à gestão do desenvolvimento turístico local. É interessante destacar que ela acabou indo ao encontro da reflexão de Araújo acerca dos estudos de usuários: “esse caráter de utilidade, de uma utilidade imediata, de aplicação prática, é a marca principal dos estudos de usuários da abordagem tradicional” (ARAÚJO, 2010, p.13). Tal conceito norteou a busca durante a pesquisa de campo, pois o objetivo foi entender o usuário local para, efetivamente, sanar o problema de pesquisa da tese. Mesmo ao ampliar a compreensão sobre o contexto no qual está inserido, o usuário analisado neste capítulo através da descrição e análise de Diamantina como cidade e destino turístico, é fundamental conhecer empiricamente este possível usuário no sentido de encontrar respostas que auxiliem na compreensão dos questionamentos aqui apresentados.

4.4.1 Caracterização

O presente estudo segue o *design* de **estudo explicativo** indicado por Richardson (2012, p.66): “quando se deseja analisar as causas ou consequências de um fenômeno”. Assim, esta pesquisa tem como objetivo ‘conhecer a relação entre os atores do turismo de Diamantina e a PDTD, bem como verificar a forma como atuam como usuários em busca de informação’. Na busca por compreender fatos que expliquem o não uso da PDTD e indiquem caminhos para que essa realidade seja transformada, a pesquisa mostra resultados que vão além das constatações teóricas encontradas até agora. Optou-se por adotar o *design* de **pesquisa qualitativa aplicada aos** membros do COMTur investigados no subcapítulo 4.3, conforme Metodologia descrita no capítulo 1.

O **universo de pesquisa** foi composto por 17 áreas que integram o COMTur de Diamantina. Diante de um universo tão sucinto, foi feita a opção pelo uso de uma **amostra probabilística aleatória simples**, uma vez que foi adotada uma lista fechada de todas as áreas e de suas respectivas entidades, bem como, de seus representantes, os quais configuraram a base da amostragem (RICHARDSON, 2012). A escolha de 09 (nove) áreas/entrevistados foi aleatória; a meta foi obter mais de 50% de representatividade nas áreas. O único critério de prioridade nos contatos foi entrevistar primeiro os o classificado

como 'gerador de impacto direto no turismo de Diamantina' (Quadro 10) Assim, dos nove entrevistados, sete pertenciam a entidades classificadas como tal.

O **instrumento de pesquisa** elaborado foi um roteiro de entrevista contendo, a princípio, 12 questões, em sua maioria, semiabertas. A escolha por este tipo de questão é justificada pela flexibilidade das entrevistas qualitativas. Não só a diversidade dos entrevistados foi levada em consideração, mas, também, a necessidade de manter o foco no objeto pesquisado (DENCKER, 2007). O questionário foi dividido em quatro partes, a saber: I- Caracterização da Entrevista e do Entrevistado; II- A Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina; III- O Relatório da PDTD e IV- A PDTD e a Cidade. Outras especificidades relacionadas às questões foram: três delas tinham suas alternativas de respostas veladas, ou seja, a entrevistadora estabeleceu possibilidades prévias de respostas para facilitar a análise posterior, mas não as indicou aos entrevistados(as); uma questão fez uso da escala de Lickert (RICHARDSON, 2012), ou seja, foi solicitado ao entrevistado(a) que indicasse as respostas na ordem do mais importante para o menos importante; e outras duas questões ofereceram alternativas previamente estabelecidas a serem indicadas. Foi criada uma **Ficha de Auxílio** para essas duas últimas questões com o intuito de facilitar e agilizar a entrevista. O instrumento de pesquisa completo está apresentado no apêndice 'A' e a ficha auxílio no apêndice 'B'.

No dia 20 de Janeiro de 2016, foi realizado o **pré-teste** destes instrumentos de pesquisa por meio de duas entrevistas com profissionais com qualificações próximas às dos membros do COMTur. A primeira delas foi feita com uma professora da UFVJM, que também é membro de uma Organização Social Civil de Interesse Público (OSCIP). A segunda entrevista foi feita com um guia de turismo, membro da Associação de guias de turismo de Diamantina (ASGUITUR). O tempo estabelecido para cada entrevista poderia variar de 06 a 15 minutos. Foi identificado que a alternativa Organização Não Governamental (ONG), ou OSCIP, não havia sido contemplada, e que a questão número nove estava com conteúdo duplicado em relação à questão 05; assim, o roteiro de entrevista final contou com 11 perguntas, não com as 12 originais.

O **trabalho de campo** aconteceu entre os dias 21 e 25 de Janeiro de 2016 em diferentes locais (indicados pelos(as) entrevistados(as)). Os entrevistados foram previamente contatados para o agendamento das entrevistas, realizadas pela própria pesquisadora. Um total de nove entrevistas foram feitas com representantes das seguintes entidades:

- Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio (duas entrevistas: secretário e técnico);
- Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM;

- Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais – EMATER;
- Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo – ADELTUR (duas entrevistas: hospedagem e alimentação);
- Associação Comercial de Diamantina – ACID;
- Circuito dos Diamantes;
- Associação dos Seresteiros de Diamantina.

O desenvolvimento da pesquisa, a análise dos resultados e as reflexões emergentes deles são apresentados a seguir.

4.4.2 Análises e resultados

A fim de analisar os resultados de forma a subsidiar as próximas etapas da tese, e facilitar a criação de relações com a ampla teoria estudada, grande parte dos resultados é descrita através do texto de acordo com o modelo clássico de análise dos estudos de caso (GIL, 2009). Contudo, três questões foram discutidas através de gráfico e quadros.

Na **Parte I: Caracterização da Entrevista e dos Entrevistados**, a amostra das entrevistas contou com quatro instituições públicas, três privadas e duas do terceiro setor; portanto, foi uma equilibrada e representativa. As entidades, mesmo as ligadas ao Conselho Municipal de Turismo, têm como funções primordiais atividades diversas; logo, em grande medida, não exclusivas de turismo. A diversidade entre público, privado e terceiro setor, nesse caso, diluiu possíveis vieses, ou interesses direcionados, bem como atenuou opiniões, fato que enriqueceu a discussão.

Cinco dos entrevistados das entidades membro eram gestores, ou proprietários, e outros quatro eram chefes ou supervisores. Tal característica favoreceu a confiabilidade dos resultados que apresentaram características bastante peculiares acerca das opiniões sobre a PDTD.

Depois de caracterizados os entrevistados, e as instituições nas quais atuam, a questão de número 3 objetivou verificar se os possíveis usuários compreendiam o que representa a palavra 'demanda' - uma vez que este pode ser considerado um termo técnico de linguagem bastante utilizado, e discutido, nas pesquisas em turismo -, antes que a conversa sobre o relatório e a PDTD fosse iniciada.

TABELA 3 - Do que se trata 'Demanda Real'

	1º <i>Lugar</i>	2º <i>Lugar</i>	3º <i>Lugar</i>	4º <i>Lugar</i>	5º <i>Lugar</i>
<i>Turista / Cliente</i>	4	0	0	0	0
<i>O que querem os turistas</i>	2	4	0	0	0
<i>Desenvolvimento turístico</i>	3	1	0	1	0
<i>Preparação do destino/oferta</i>	0	2	2	0	0
<i>Futuros turistas</i>	0	1	1	0	0

Fonte: elaborado pela autora.

As respostas apresentadas 'em primeiro lugar' por quatro dos respondentes afirmam a demanda real como sendo 'o turista ou o cliente'. Outros três entrevistados mencionaram que demanda é o 'desenvolvimento turístico', e dois deles que citaram ser 'o que querem os turistas'. As citações que vieram em 'segundo lugar' (quatro menções) priorizaram que demanda turística é 'o que querem os turistas'. Tal resposta foi seguida por duas que afirmaram demanda como a 'preparação do destino/oferta'. Apenas uma resposta mencionou os 'futuros turistas' e 'desenvolvimento turístico'. Somente dois entrevistados apontaram a 'preparação do destino' em 'terceiro lugar'; somente um deles referiu-se aos 'futuros turistas' como sendo a 'terceira opção' no item 'demanda real'. Por fim, um entrevistado cita o 'desenvolvimento turístico' em 'quarto lugar'. Nenhum entrevistado incluiu qualquer uma das opções analisadas na 'quinta posição'.

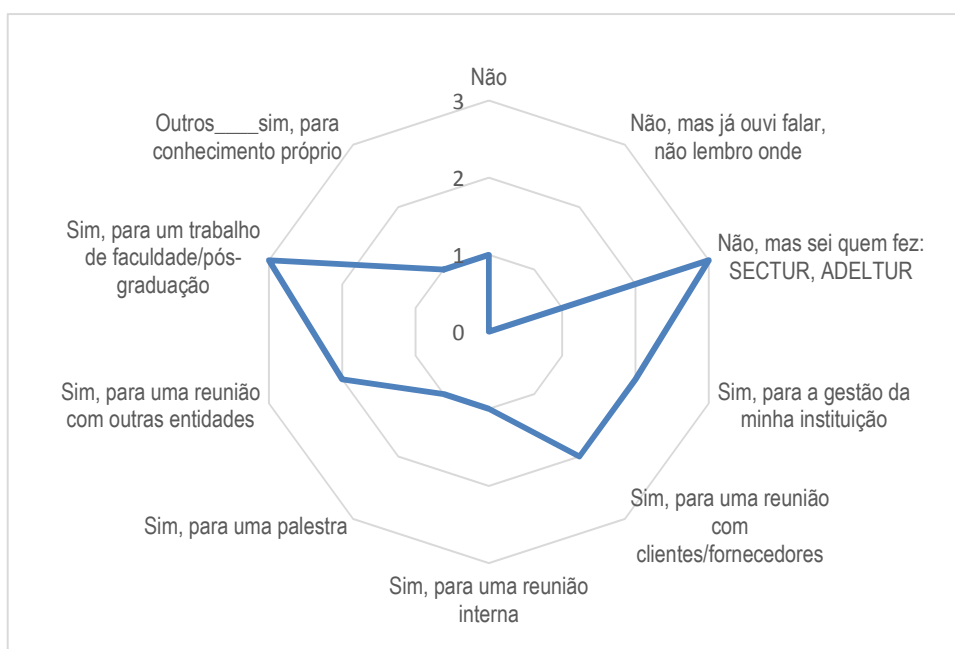
Em termos absolutos, entretanto, independente da ordem em que foram citadas, a principal resposta sobre o que é 'demanda real' foi: 'o que querem os turistas', seguida de 'desenvolvimento turístico'. Tal resposta dá uma conotação menos acadêmica, e mais coloquial, ao termo 'demanda'; contudo, para a presente tese, tal constatação evidencia que os membros do COMTur não têm certeza do significado do termo acadêmico 'demanda turística real'. Por outro lado, a citação de 'desenvolvimento turístico' na 'segunda posição' indica que o termo tem relação direta com o objetivo das informações na PDTD: contribuir para o desenvolvimento do turismo de Diamantina.

Na Parte II: A Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina, os entrevistados foram indagados sobre seu conhecimento a respeito da existência da PDTD. Somente um dos respondentes desconhecia sua existência, fato que pode ser computado como um resultado positivo, ao considerar-se que os esforços de difusão da PDTD geraram resultados positivos.

Entretanto, a questão seguinte no questionário abordou o uso a PDTD pelo entrevistado, ou se ele conhecia alguém que já o tivesse feito. Três dos respondentes disseram não ter utilizado o instrumento, mas que conheciam alguns usuários (segundo eles: SECTUR, ADELTUR). Dos cinco entrevistados que já haviam feito uso delas, três

mencionaram o uso acadêmico (faculdade ou pós-graduação); somente dois usaram a PDTD na gestão da própria instituição. Tal resultado denota baixo aproveitamento das informações para atividades cotidianas de gestão, exatamente naquelas que poderiam impactar no desenvolvimento turístico. Um gráfico em escala de Lickert foi utilizado para facilitar a compreensão destas respostas, pois prioriza as respostas em uma escala ímpar (usualmente de 1 a 5), conforme apresentado abaixo.

GRÁFICO 3 - Já fez, ou conhece de alguém, que tenha feito uso das informações da PDTD



Fonte: elaborado pela autora

Entre 'outros usos', dois entrevistados demonstraram ter usado os dados da PDTD em reuniões com clientes; dois, em reuniões nas próprias entidades; e um, em reunião com outras entidades. Outros dois entrevistados citaram o uso em palestras; e um outro, apenas para conhecimento pessoal. Todos esses usos, de alguma forma, subsidiaram atividades de gestão, fato positivo, pois foi a primeira sinalização de uso diverso da PDTD para fins de gestão.

Na **Parte III: O Relatório da PDTD**, o documento (relatório), e sua compreensão por parte dos membros do COMTur, foram investigados. Os entrevistados foram questionados sobre já terem visto o Relatório da PDTD; um deles afirmou não tê-lo visto. Os outros entrevistados descreveram a forma, ou o meio, em que o viram. A maior parte (cinco respondentes) deles leu o relatório na tela do computador, ou do *tablet*, dois imprimiram uma cópia, e um o recebeu impresso. Novamente, o resultado leva a uma constatação positiva, ou seja, o Relatório despertou a curiosidade dos membros do COMTur, ao ponto de fazer com que buscassem contato com ele.

A opinião dos entrevistados acerca do nível do relatório, e de suas partes, está resumida na tabela abaixo:

TABELA 4 - Avaliação do relatório da PDTD

	<i>Leve / fácil</i>	<i>Adequado</i>	<i>Pesado / Difícil</i>	<i>Não sei responder</i>
<i>Título do Relatório</i>	3	2	1	1
<i>Texto do Relatório</i>	3	3		1
<i>Tabelas</i>	3	3		1
<i>Gráficos</i>	2	4		1
<i>Conclusões e sugestões</i>	2	3	1	1

Fonte: elaborado pela autora

A ideia de investigar o título do relatório resulta da importância de utilizá-lo para despertar a curiosidade de possíveis usuários. O texto, as tabelas e os gráficos constituem a parte mais robusta do documento, além de traduzirem o efetivo desenvolvimento da pesquisa, bem como o conteúdo no qual se encontra a parte mais vigorosa da linguagem. Por fim, os comentários e sugestões no relatório trazem resumos das informações apresentadas e sugestões de aplicação estratégica dos resultados. Assim, as respostas encontradas nesta última questão chamam atenção, pois expressam a leveza, e a adequação, do material para uso do público de interesse. Somente um dos respondentes menciona que o título e as conclusões são pesados, fato que não deveria comprometer a compreensão, e o decorrente uso, das informações do Relatório. Apesar disso, as respostas vão contra o que foi dito anteriormente; além do mais, as informações foram classificadas como acessíveis - contudo, só são utilizadas em determinados momentos, ou para fins específicos. Logo, mesmo sendo um documento relativamente amigável, não provoca criação de vínculo ou significado (conforme discutido no capítulo 3) a ponto de ter seu conteúdo transformado em conhecimento ou de ser utilizado para gestão no cotidiano das instituições.

Solicitados a destacar ao menos um ponto positivo e um negativo da PDTD, as respostas dadas pelos entrevistados foram bastante variadas, por isso foram apresentadas em tópicos, para continuarem o mais fiel possível à fala do(a) entrevistado(a). Entretanto, a identidade dos donos de cada fala foi mantida em segredo, pois tal informação foi considerada irrelevante para os resultados da pesquisa de campo. Assim, o mesmo entrevistado(a) pode ter realizado mais de um comentário, ou não ter dito nada.

Entre os pontos positivos destacam-se:

- a simples existência da PDTD;
- o acesso fácil a informações de difícil produção;
- a riqueza das informações;
- a boa abordagem dos conteúdos do relatório;

- o direcionamento, e a existência, de informações de motivação para turistas;
- a existência de uma ferramenta de auxílio para administração.

Os pontos negativos abordam:

- a pouca distribuição em papel do relatório;
- o relatório é muito grande, o pessoal não consegue ler;
- o relatório é pouco acessado;
- o relatório é muito extenso;
- o relatório é muito longo;
- a PDTD não contempla o entorno natural;
- deveria ser feito também para outras realidades de Diamantina: carnaval, mês sem Vesperata, eventos religiosos;
- a descontinuidade é triste, já que o último foi lançado em 2014.

Os resultados desta questão mantêm a constatação positiva da valoração dada ao relatório da PDTD, o qual foi inclusive citado como ferramenta de administração; em contrapartida, evidenciam o **ponto negativo da extensão do relatório**. Os demais pontos citados como negativos não participam do escopo da pesquisa da tese, uma vez que o levantamento de turistas em atrativos naturais demandaria uma outra pesquisa de campo. Contudo, a descontinuidade da realização da PDTD não implica em desconsiderar as informações da série histórica já construída. De qualquer forma, as críticas, e elogios, dizem respeito ao próprio relatório, mas também transparecem características dos respondentes e do modo de agir local, fato verificado na última parte da pesquisa qualitativa.

Na **Parte IV: A PDTD e a Cidade**, a pergunta foi: 'Quando procura informações para a gestão da sua instituição e/ou alguma ação ligada ao turismo de Diamantina, você prefere...'. Oferecemos a ficha auxílio com possíveis alternativas de resposta, e elas demonstraram que, sete entrevistados mencionaram 'gráficos' na busca de informações, quatro citaram 'tabelas', quatro indicaram 'texto em tópicos'; dois, 'texto em parágrafos'; e sete, apontaram que preferem obter informações em 'conversas e palestras'. Este resultado novamente indicou que um(a) mesmo(a) entrevistado(a) respondeu mais de uma alternativa. Essas respostas destoam da proposta do relatório, ou da forma como ele é estruturado; entretanto, assim como na última questão da Parte III, é possível **concluir** que há a necessidade de buscar estratégias e produtos que mesquem gráficos, tabelas e diferentes formas de texto, ou seja, distintos formatos de organização para as informações constantes na PDTD. Ao mesmo tempo, mostraram indícios da importância realizar de eventos que promovam palestras e conversas acerca das informações da PDTD.

A última pergunta (sem padrão pré-estabelecido de resposta), antes dos comentários finais, solicitou ao entrevistado que respondesse se: 'A forma como a

Universidade (UFVJM) se relaciona com as entidades da cidade de Diamantina influencia o uso das informações da Pesquisa de Demanda Turística?'. A maioria das respostas foi positiva, somente uma foi negativa, ou seja, somente um entrevistado não percebe a influência da relação UFVJM – Diamantina, no (não) uso do relatório da PDTD. Os outros oito entrevistados consideraram que a relação da Universidade com a cidade interfere no aproveitamento do relatório, o que vai ao encontro do que se coloca nesta tese, especialmente ao considerar-se o contexto no qual esta informação se dá, ou seja, **a compreensão da informação institucionalizada como fenômeno de natureza intersubjetiva, construída a partir das interações e práticas entre diferentes sujeitos.**

Entre os comentários focados na postura da Universidade, mencionaram:

- o distanciamento entre as partes;
- a falta de envolvimento, e o foco na grande quantidade de atividades voltadas para a própria universidade;
- a cidade não gosta da universidade, seja por esta ter trazido mudanças (e as pessoas da cidade não gostam de mudanças), seja pela aversão que a cidade tem da tradicional elite do curso de Odontologia (primeiro curso da Universidade);
- a falta de diálogo e entrosamento, um distanciamento entre a cidade e a universidade, e uma relação 'toma lá dá cá'.

Estes poucos comentários indicam que a relação entre a comunidade local e a universidade é bastante controversa; os depoimentos elucidam muito sobre os ruídos de comunicação percebidos empiricamente e, de certa forma, indicados no item 4.2.

Por fim, o questionário fornecia um espaço para críticas e sugestões, no qual foram manifestados elogios à qualidade do relatório, e críticas à integração dos professores do curso de turismo entre si e entre a universidade e a cidade. Entrevistados também sugeriram a ampliação do levantamento para outras épocas do ano como o carnaval e os festejos religiosos.

De forma geral, houve uma inadequação entre a linguagem usada pela academia e a intenção de leitura dos relatórios dada a distorção de termos. Ainda que os relatórios sejam apresentados em linguagem considerada acessível pelos professores redatores, respondentes afirmaram que preferem buscar informações em textos curtos, tabelas e, até mesmo, em conversas. Nesse caso, parece que o meio de distribuição da informação, por mais facilitado que seja através da internet, e até mesmo da proximidade física entre os escritórios nos quais foram entregues cópias da pesquisa em versão impressa/CD, a barreira da linguagem de especialidade ou do uso popular de informações geradas e interpretadas no mundo acadêmico foi um agravante para o processo de utilização geral da PDTD. Os comentários também ressaltaram o distanciamento existente

entre a Universidade e a comunidade, especialmente na área de turismo, e a a falta de interesse em fazer uso da PDTD. Assim, foi constrangedor identificar a sensação de alguns dos entrevistados de que os próprios professores do curso de turismo da UFVJM desconhecem o conteúdo dos relatórios da PDTD. Enfim, por um lado, houve relatos de alijamento entre a Universidade e o COMTur; por outro, os relatos demonstraram a preferência por gráficos e tabelas, além de conversas e palestras, para conhecer as informações. A preferência por ouvir as informações foi quase senso comum.

4.5 Análise da Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região

Os relatórios resultantes da PDTD não atingiram sua plenitude enquanto ferramenta de disseminação de informação; logo, o documento não foi utilizado no processo de tomada de decisões por atores em turismo de Diamantina. Em termos formais, tanto o modelo do relatório, quanto a própria pesquisa, seguem os critérios internacionais da área de turismo (OMT, 2004). O subcapítulo 2.5 aponta a importância dos estudos de demanda para a atividade turística, inclusive na elaboração de relatórios que ofereçam informações diferenciadas aos gestores, a fim de agregar valor aos produtos e auxiliar na tomada de decisão (OMT, 2006). A PDTD se destina ao destino turístico 'Diamantina', entretanto, ao longo da realização de diferentes edições da Pesquisa pode-se perceber que alguns dos componentes do Sistema Turístico da localidade não fazem uso das informações geradas pela PDTD. Em outras palavras, não se reconhecem os impactos no desenvolvimento turístico local gerados pelo diagnóstico apresentado nos relatórios da Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região.

Não há dúvida de que a informação oportuna, e de qualidade, é indispensável no processo de gestão e tomada de decisão de gestores públicos e privados (VITAL, FLORIANI, VARVAKIS, 2014). Assim, a ideia original era de que atores do turismo de Diamantina, ou seja, o interesse de membros e profissionais de instituições de áreas ligados ao turismo pelos relatórios seria natural. Os pesquisadores tinham a expectativa de que o uso da pesquisa por parte da iniciativa privada, e dos *policymakers* do turismo do destino, seria espontâneo; que eles acessariam e usariam as informações dos relatórios, fato que não aconteceu. Segundo Lara e Conti (2003, p.29), "Ignorar as nuances que conformam os vários públicos é, na melhor das hipóteses, continuar a conceber o usuário moldado à semelhança da instituição veiculadora de informações (...)". Apesar da frustração causada pelo resultado final inesperado, ao mesmo tempo ele aguçou a curiosidade e a vontade de

encontrar soluções para o uso efetivo dos relatórios. A ideia inicial foi, portanto, compreender o fluxo informacional dos relatórios produzidos pela Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região, ao considerar a pesquisa como um documento desenvolvido para subsidiar a tomada de decisões estratégicas no setor turístico do município. Ao investigar os conceitos teóricos que embasam esta tese, entretanto, foi possível encontrar as razões pelas quais este problema foco da pesquisa precisou ser enfrentado.

Os **atores do turismo** de Diamantina foram considerados um público óbvio, natural, da Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região. É preciso reconhecer que houve até certa inocência por parte dos pesquisadores, que vinham de capitais do sul do Brasil. Não percebemos que a **linguagem de especialidade** presente nos relatórios da PDTD acabaria por afastar, ao invés de conquistar, os atores em turismo local, os quais sequer foram mencionados nos objetivos da pesquisa, ou analisados previamente durante a construção do instrumento de pesquisa, ou, ainda, posteriormente, na construção do relatório. É fato que os processos de levantamento de dados e elaboração de relatórios da PDTD, os quais incluíram discentes, locais de pesquisa, técnico de laboratório, procedimentos pedagógicos e de campo, e alguns parceiros, foram laboriosos o suficiente para que o possível usuário tivesse escapado do foco na construção e disseminação das informações. Por outro lado, é possível ponderar também que talvez falte aos atores do turismo de Diamantina a percepção de que estas informações são elementos estratégicos, ou que tais informações necessitem de tratamento à luz de um processo de mediação efetiva. Uma vez que esses atores não são, em sua maioria, membros de uma mesma comunidade que compartilhe a terminologia empregada, ou tenham tampouco recebido educação especializada (como em Turismo, por exemplo), foram considerados usuários das informações (por atuarem no mercado turístico local) e acabaram não se consolidando como sujeitos da informação na forma como ela foi disponibilizada. O perfil desses usuários, e a aplicação das informações, esclareceram de forma mais segura que não só o documento, mas a linguagem usada, em sua apresentação limitou seu uso, por **não fazer sentido** suficiente para o pretense usuário.

O segundo ponto de análise refere-se à **linguagem utilizada nos relatórios**, a qual não é adequada à realidade do mercado local, mas sim ao contexto técnico do turismo; em alguns momentos há estruturas de linguagem mais relacionadas ao contexto da universidade. A terminologia empreendida nos relatórios fez uso de linguagem de especialidade, e impôs um aspecto hermético ao relatório, mesmo que tenha havido a intenção de que ele fosse de uso dos todos os atores do turismo. A linguagem de especialidade nos relatórios levou, de um lado, ao uso intenso das informações em

pesquisas acadêmicas, e de outro, ao baixo impacto no mercado turístico local, o qual demonstrou tratar-se (academia e os outros atores do turismo local) de comunidades discursivas distintas, produtoras e receptoras da informação. O uso dos relatórios em pesquisas acadêmicas se deu por meio de citações em trabalhos de conclusão de curso da UFVJM, de solicitações diretas do conteúdo da PDTD por pesquisadores de outras instituições aos coordenadores da pesquisa, e de citações encontradas nos periódicos científicos de Turismo. O baixo impacto no mercado turístico local foi constatado em ocasiões específicas, a saber: na negação de palestras de apresentação dos relatórios oferecidas a instituições ligadas ao turismo local, em reuniões e encontros promovidos pela SECTur e, especialmente, na publicação de um Plano de Marketing da cidade de Diamantina, o qual foi elaborado a partir de iniciativa conjunta entre prefeitura, ADELTUR e o escritório local do SEBRAE e não fez uso dos relatórios da PDTD.

Além disso, as respostas analisadas da pesquisa aplicada aos membros do COMTur de Diamantina (subcapítulo 4.4.2) foram ao encontro dessa percepção. Na 'Parte I: Caracterização da Entrevista e dos Entrevistados', é possível reconhecer que nem o termo 'demanda' é compreendido pelos atores do turismo locais. A 'Parte II: A Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina', abordou o uso do relatório da PDTD e mostrou respostas positivas de uso tanto na gestão, quanto no uso acadêmico, por parte dos atores do turismo local. Quando questionados acerca dos usos para tomada de decisão, os atores em turismo de Diamantina indicaram que seu uso é pontual e feito para gestão, fato que não gera impacto no desenvolvimento turístico. A 'Parte III: O Relatório da PDTD', evidencia boas avaliações dos itens que compõem o documento, como 'Leve' e 'Adequado', pela maior parte dos respondentes. Entretanto, essa percepção não leva ao uso do documento em sua totalidade, o que limita a apropriação das informações, mesmo que a intenção tivesse sido a universalização do documento. Assim, a forma de compilação do documento (relatório) possui uma estrutura menos acadêmica que a das monografias, mas ainda não é suficientemente coloquial, a ponto de ser considerada como linguagem geral. De fato, ao analisar os relatórios à luz das respostas da pesquisa apresentada no subcapítulo 4.4, e da teoria de organização da informação estudada, é possível propor que o relatório técnico tem elementos do mercado turístico tratado através da linguagem de especialidade da área.

O capítulo introdutório do relatório (Anexo C), por exemplo, segue o modelo acadêmico (ainda que não no formato das normas técnicas e no conteúdo reduzido), pois apresenta os objetivos, a justificativa e a metodologia, para dar credibilidade ao documento, uma vez que foi produzido pela universidade. Entretanto, além de não assegurar a credibilidade da universidade, acaba por não criar vínculo (já que o relatório é elogiado, mas não utilizado em totalidade). Portanto, não consegue gerar apropriação por parte do leitor

não preparado, fato que é reforçado pela apresentação posterior de uma quantidade significativa de gráficos (ainda que elucidativos aos usuários mais analíticos). Fujino (2007) menciona a diferença de códigos de comunicação entre universidades e empresa, a qual aplica-se nesta relação. Neste contexto, não houve atenção à produção de sentido a partir da linguagem utilizada, apenas o vislumbre de que os relatórios da PDTD seriam úteis.

Um terceiro ponto afetou a produção de sentido dos atores em turismo local no que toca a PDTD: a relação entre UFVJM e cidade discutida no subcapítulo 4.2, a qual reflete acerca da resistência quanto a melhorar esta relação, fato que dificulta a criação de representação intersubjetiva (HONNETH, 2003 citado por SILVEIRA e MEDAGLIA, 2017) a partir de documentos, e ações, da UFVJM. Dito de outra forma, a cidade não se reconhece na universidade. A PDTD foi produzida e disponibilizada por meio de uma instituição que, a princípio, apresenta certa isenção - por ser pública -, e cuja função primordial não é a tomada de decisão quanto ao desenvolvimento turístico ou criação de políticas públicas. Entretanto, se a aqui tratada relação é permeada por resistência, seu impacto no uso da PDTD por parte dos atores em turismo de Diamantina é inegável. Essa resistência é claramente percebida na PDTD, como exemplo, é possível citar que até as instituições que recebiam os discentes-pesquisadores responsáveis pelo trabalho de campo da Pesquisa pareciam não fazer uso das informações contidas nos relatórios, pelo menos não diretamente. Eles sempre recebiam versões impressas dos relatórios, acompanhadas de ofícios de apresentação e ofertas de palestras, ou reuniões, sobre a PDTD e nunca responderam a eles. Apenas seguiam acolhendo os discentes para a realização do trabalho de campo da Pesquisa, ano após ano, edição após edição.

A 'Parte IV: A PDTD e a Cidade' confirmou essa percepção quando os entrevistados foram questionados diretamente a respeito do fato e apenas um respondeu que não há influência da relação Diamantina-UFVJM na não utilização dos relatórios da PDTD, os demais entrevistados responderam com críticas tanto de um lado, quanto de outro. Logo, não há vínculo entre as instituições sociais no nível macro – UFVJM x Diamantina –, o que gera impacto direto na dificuldade da produção de sentido no nível micro – curso de Turismo x atores do turismo local. Essa percepção vai diretamente ao encontro do paradigma social estudado, e citado, na produção de sentido, ou seja, a tríade sujeito-objeto-contexto (SMIT, 2012) apresenta questões que precisam ser sanadas para que a informação faça sentido para o público alvo, o qual, sua vez irá gerar conhecimento com impacto positivo no contexto no qual a informação é desenvolvida.

O quarto e último ponto é o impacto negativo da forma de **disseminação** da informação acerca da demanda turística real: **relatórios**. Essa percepção pode ser apresentada como consequência do primeiro (usuários não considerados sujeitos do

processo) e segundo pontos (linguagem do documento) aqui apresentados. Foi consenso inicial que relatórios na internet seriam a forma mais abrangente e democrática de disseminação da informação, mas essa foi mais uma suposição equivocada em relação aos possíveis usuários. A 'Parte IV: A PDTD e a Cidade' da entrevista com os membros do COMTur pergunta acerca de suas preferências em relação à busca de informação para tomada de decisão, e suas respostas foram variadas (gráficos, tabelas, textos em tópicos e até conversas e palestras). Tais respostas indicaram que o relatório com cerca de 40 páginas não era a forma mais eficaz de disseminação, e que era preciso revisar não só linguagem empregada, mas também repensar os formatos mais pontuais para a apresentação das informações, incluindo as chamadas para eventos de discussão sobre as informações (ao invés de oferecer palestras por meio de ofícios, como feito anteriormente).

Não houve produção de sentido dado o contexto de usuários que não foram analisados como público-alvo, de uso de linguagem de especialidade para comunicação com usuários não especialistas, e de busca por uma relação mediadora sem credibilidade. De acordo com a teoria de Lara (2007) sobre o contexto da Linguística Documentária, os documentos não apresentavam a informatividade desejável ao usuário tido como público-alvo, pois como menciona Galvão (2012), o emprego da **linguagem de especialidade** necessita que os usuários tenham aprendizado formal prévio, o que não foi percebido no caso em questão.

Em um primeiro nível, a função mediadora da universidade, como instituição social que articula a função subjetiva dos envolvidos no contexto presente para que o fluxo informacional aconteça, não se efetivou. Em um segundo nível, mais direto, a PDTD teve abrangência acadêmica, e pouco uso pelo *trade* turístico, dados os motivos relatados (terminologia expressa na linguagem especializada e disseminação da informação equivocada que compromete a produção de sentido); logo, não atingiu o usuário do contexto social indicado, fato que teria contribuído para o desenvolvimento turístico local. A situação desejada, entretanto, era a criação de condições para que a mediação da informação acontecesse de forma a produzir sentido e, conseqüentemente, a nortear as decisões sobre o desenvolvimento turístico local.

A ideia era buscar encaminhamentos para a resolução das questões analisadas por meio das contribuições trazidas pelas teorias estudadas ao longo da tese. A 'situação' foi elaborada a partir das subseções 4.3 e 4.4 desta tese, nas quais foi possível conhecer e reconhecer estes **Usuários** ao ponto de considerá-los público-alvo da PDTD.

As barreiras de **linguagem de especialidade** (GALVÃO, 2004; AGUIAR, 2006) podem ser transpostas a partir de métodos de tradução de termos para a linguagem adequada ao usuário vislumbrado, os quais inclusive utilizam elementos propostos aos

participantes da pesquisa pelos usuários (subcapítulo 4.4). Conforme mencionado, as respostas deixaram claro que alguns entrevistados mencionaram o uso de gráficos e tabelas, mas outros indicaram ‘texto em tópicos’ ou em ‘parágrafos’. Tal constatação indica a necessidade de informações mais breves e palatáveis, que tragam significado mais rápido, sem demandar análise de textos longos ou de gráficos densos. Essas soluções podem, até mesmo, coexistir com as atuais, a fim de trazer maior fluidez ao relatório, ou de fazer parte de um resumo, ou de outra forma de publicação direcionada. Ao trabalhar a linguagem e, ao mesmo tempo, ao fazer uso das sugestões apresentadas nas entrevistas, outro elemento da mediação da informação foi contemplado: a criação de significado para o (agora) público-alvo. Dito de outra forma, uma vez que o ator do turismo de Diamantina se reconheça nas novas formas de apresentação e disseminação da PDTD, bem como se perceba como sujeito na relação entre cidade e universidade, naturalmente ele irá querer conhecer, e fazer uso, das informações apresentadas, fato que levará à **produção de sentido**. Obviamente, a relação entre UFVJM e cidade transpassa o âmbito da PDTD, e do curso de turismo da UFVJM. De qualquer forma, toda e qualquer ação da UFVJM dentro da cidade de Diamantina colabora para a construção de uma relação mais confiante entre elas. Novamente, os próprios entrevistados no subcapítulo 4.4 apontaram questões concretas que podem, e devem, ser trabalhadas diretamente pelo curso de turismo da Instituição, e conseqüentemente, gerar um ambiente de mais confiança e credibilidade para a PDTD, e demais pesquisas e projetos do curso que usem Diamantina como seu objeto de estudo.

O último ponto diz respeito à **disseminação** da informação, os entrevistados demonstraram sua preferência por obter informações em ‘conversas e palestras’. Tais eventos podem ser usados para ‘traduzir’ os relatórios de forma didática, bem como para preparar o público para esse conteúdo, segundo a teoria apresentada sobre linguagem de especialidade. Há ainda a possibilidade de que estes eventos, cursos ou reuniões aconteçam por meio virtual, ao vivo por gravações.

As sugestões de intervenção não são excludentes e, como já mencionado, podem coexistir. O emprego de qualquer uma destas sugestões irá colaborar para a produção de sentido sobre a Pesquisa sobre Demanda Turística Real em Diamantina e Região. A partir do uso da linguagem para criação de sentido, e conseqüente apropriação de suas informações, por parte dos atores do turismo local –como público-alvo –, os efeitos da pesquisa na criação de políticas públicas, e na tomada de decisões, poderão ser significativos e colaborar para o desenvolvimento turístico local.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A parte final desta tese responde os objetivos estabelecidos no capítulo 1, bem como apresenta outras reflexões e questões de pesquisa ao finalizar com encaminhamentos e futuras investigações oriundas da tese. É bastante pertinente que seu encerramento seja denominado 'considerações finais' e não conclusão, pois as certezas apreendidas com a pesquisa apontam para outras indagações investigativas.

Em termos gerais, é possível ressaltar que a trajetória acadêmica que iniciou-se com a junção de áreas das Ciências Sociais Aplicadas, teve como resultado reflexões pertinentes tanto para a área do Turismo, quanto para a Ciência da Informação, pois as experiências anteriores de aplicação de uma área à outra foram pouco frequentes. Além disso, refletir acerca do lugar da informação no Turismo, e buscar contribuições da Ciência da Informação, trouxe resultados significativos. O desafio desta tese foi, justamente, estabelecer os problemas de mediação evidenciados na produção, mediação, disseminação e consumo da informação originada na academia, e aplicável ao mercado.

No que diz respeito aos objetivos desta tese, ela tem início na discussão dos objetivos específicos a fim de confirmar se o objetivo geral foi efetivamente atingido. O primeiro objetivo específico foi **identificar o lugar da informação nos estudos do Turismo, de modo a estabelecer parâmetros para compreensão da construção e uso de sistemas e serviços de informação em turismo**, tema que foi tratado ao longo do capítulo 2 e, em especial, no subcapítulo 2.7. Ao estudar o Turismo desde sua construção histórica, seus conceitos, epistemologia, a formação de seu mercado - com ênfase na demanda, e a partir do paradigma do Sistema de Turismo (SISTUR), ficaram claros os diferentes usos, e a importância estratégica da informação. A ideia foi denominar a informação turística como sendo aquela que alimenta as relações de mercado e comercialização, ao mesmo tempo em que explora e desenvolve a compreensão da informação em turismo, a qual é a base para a gestão e tomada de decisão com vistas ao desenvolvimento de produtos turísticos, sejam eles empresas ou destinos - este último, sendo o objeto de pesquisa desta tese.

O segundo objetivo específico: **tratar da mediação da informação no que tange aos fundamentos e métodos de organização da informação que possibilitam compreender o (não) uso dos relatórios da pesquisa sobre demanda turística real**, foi abordado ao longo do capítulo 3, pois os elementos apresentados foram escolhidos, e explorados, a partir de temas de contribuição efetiva para o uso da PDTD. Ao reconhecer a organização da informação como conjunto de procedimentos, além de entender o conceito de informação, e suas transformações na ciência da informação, foi possível identificar a

importância da mediação da informação para a compreensão dos usuários no contexto da PDTD. A partir daí, a busca foi feita através do processo de fluxo informacional, na exploração da informação estatística para chegar, finalmente, aos aspectos da linguagem, e de seus desdobramentos. Tais desdobramentos levaram ao reconhecimento do problema do uso da linguagem de especialidade nos relatórios da PDTD, e do papel da disseminação da informação na produção do conhecimento frente à produção de sentido.

Para a compreensão da pesquisa sobre Demanda, e seu uso no desenvolvimento turístico de um destino singular e frágil, foi traçado o objetivo de **contextualizar Diamantina como lugar da universidade pública, do turismo, e de seus atores, a fim de identificar seu *modus operandi* frente à atividade turística e às possíveis necessidades de informação**. A cidade como destino turístico e local de convivência, e moradia de seus habitantes, e a relação dessas duas faces foi discutida, especialmente, no subcapítulo 4.2, o qual tratou também das singularidades do desenvolvimento histórico oriundo do isolamento e das características de seu povo. O subcapítulo abordou a relação da cidade com a atividade turística e, especialmente, com a universidade, com quem a comunidade nutre uma relação conturbada, apesar de simbiótica. Cabe ressaltar a ideia inicial da importância deste contexto para o problema da pesquisa desde o início do doutorado, o que obrigou a pesquisadora a cursar uma disciplina eletiva no Programa de Pós-graduação em Ciência Política da UFMG denominada Teoria do Reconhecimento. Tal ação foi ao encontro da nossa percepção e auxiliou a construção do subcapítulo e sua contribuição para a análise da PDTD.

Houve a proposição de **conhecer a relação entre os atores do turismo da cidade e a PDTD, e como atuam como usuários de informação** (capítulo 4, subcapítulo 4.3 e 4.4). Os atores do turismo foram presumidamente considerados usuários naturais dos relatórios da PDTD, o qual mostrou-se como uma análise equivocada, e levou ao estudo da instância de governança do turismo local denominada Conselho Municipal de Turismo (COMTur). Os membros desta instituição demonstraram o desafio de produzir sentido a partir das informações levantadas pela academia para uso na tomadas de decisão, e na criação de políticas públicas (*policymaking*). Além dos levantamentos teóricos, o estudo de caso demandou uma pesquisa envolvendo os potenciais usuários da PDTD, a fim de entender o motivo pelo qual o uso das informações aconteceu aquém das possibilidades vislumbradas durante o planejamento da PDTD. Os resultados destas entrevistas resultaram em um rico material para esta tese, o qual foi ao encontro de algumas percepções já vislumbradas e, ao mesmo tempo, apresentou elementos novos, e norteadores, para a análise realizada da PDTD nesta tese.

Por fim, o último objetivo específico: **reconhecer na pesquisa sobre demanda turística real em Diamantina e região as limitações da organização da informação adotada que possam ser exploradas, a fim de apoiar o desenvolvimento turístico local** (item 4.5). Este subcapítulo representou, de forma objetiva, a compreensão da mediação, as considerações da linguagem, o contexto diamantinense, os levantamentos acerca de usuários, e culminou no debate acerca do uso da linguagem de especialidade e da necessidade da informação em produzir sentido para o usuário. Aqui se deu a análise efetiva da PDTD à luz das teorias buscadas, e estudadas, ao longo da tese.

O estudo de caso desenvolvido em etapas exploratórias e descritiva foi adequado para possibilitar a consecução do objetivo geral desta tese, a saber: **explorar os fundamentos de organização da informação que promovam o uso da pesquisa sobre demanda turística real em Diamantina e região por parte dos atores em turismo, como forma de apoiar o desenvolvimento turístico local**, uma vez que o problema detectado empiricamente foi analisado por meio das teorias referenciadas tanto na área de Turismo, quanto de Ciência da Informação. A partir da necessidade de conhecer a realidade local e o uso qualificado da informação, a pesquisa qualitativa forneceu nova perspectiva ao conjunto teórico ao abrir a discussão, e sugerir intervenções, que caracterizem a aplicabilidade das teorias, como bem cabe às Ciências Sociais Aplicadas.

Esta tese amplia as possibilidades de relação entre áreas pertencentes ao campo das Ciências Sociais, quais sejam: o Turismo e a Ciência da Informação, pois cria perspectivas de uso teórico que enriquecem mutuamente as áreas, de uso empírico de teorias da Ciência da Informação aplicadas ao Turismo, e de aspectos informacionais do Turismo. As teorias destas áreas, ainda que participantes de uma mesma grande área, não são usualmente tratadas entre elas, o que gera a necessidade de elaborar caminhos próprios em muitos dos processos.

A pouca literatura sobre os aspectos informacionais do Turismo, e sobre o turismo como contexto de aplicação da Ciência da Informação, esteve entre os principais fatores limitadores da pesquisa. Assim, a maior parte das pesquisas e publicações acerca da informação no campo do Turismo aqui identificadas versam sobre a assim chamada informação turística; porém, pouquíssimas delas abordam a informação em turismo. Logo, é como se não houvesse a necessidade de refletir e aprender sobre o tópico, ou como se a informação fosse imutável, e não necessitasse de ponderação e estudo.

Ao mesmo tempo, como pesquisadora da área de Ciências Sociais Aplicadas, percebi que tais desafios eram instigantes, e vislumbrei a perspectiva de acompanhar com responsabilidade, admiração e com alguma experiência interdisciplinar pesquisas futuras que abordem o tema. Imagino a realização de grupos focais para disseminar a PDTD ao

apresentá-la com uma nova linguagem, e em pequenos grupos formados por atores do turismo de Diamantina. A partir daí, será possível reconhecer novos cenários de pesquisa aplicada, pois este é um estudo de caso que apresenta caminhos para a aplicação da presente pesquisa em investigações futuras. Entender a realidade da PDTD apresentada de outra forma ao turismo de Diamantina, compreender a informação em turismo acerca da demanda real em outros destinos; reconhecer as influências do contexto das cidades coloniais, e/ou patrimônios mundiais, nos fluxos informacionais do turismo nestas localidades; conhecer a forma como os Conselhos Municipais de Turismo de outros destinos lidam com a informação em turismo, são algumas destas possibilidades.

Vislumbro, contudo, o desafio proposto no capítulo 1 (Introdução) e reconhecido em ambas as áreas, Ciência da Informação e Turismo: pesquisas que colaborem na construção científica das áreas focadas em ultrapassar as visões superficiais e mecânicas de muitos estudos chamados 'interdisciplinares'. É fundamental reconhecer que o fato das áreas pertencerem às Sociais Aplicadas não significa um fazer científico menos denso. É preciso comprometimento como pesquisadores em investigações que contribuam com a sociedade, sem perder de vista a construção de quadros epistemológicos consistentes.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Ángel. **Administración del turismo**: conceptualización y organización. Vol. 1. 4.ed. 4.reimpr. Cidade do México: Trillas, 1991.

AGUIAR, Maria Lucinda Meirelles. **Organização e disponibilização de bases de informações municipais para gestão de políticas públicas**, São Paulo, 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo (ECA/USP).

ALCÁZAR MARTÍNEZ, Benjamín. del. **Los canales de distribución en el sector turístico**. Madrid: ESIC Editorial, 2002.

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. **Leitura, mediação e apropriação da informação**. In: SANTOS, Jussara Pereira dos. (Org.). A leitura como prática pedagógica na formação do profissional da informação. 1 ed. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2007.

_____. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da pesquisa brasileira em ciência da informação**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 89-103, jan./ dez. 2009. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/17/39> Acesso em 22 jan. 2014.

ALMEIDA, Carlos Cândido de. Mediação como processo semiótico: em busca de bases conceituais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 13..2012, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012.

AMORIM, Angela Denise Gratão. **A mediação da informação contábil sob a ótica da ciência da informação**, São Paulo, 2007. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo (ECA/USP).

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 2.ed. São Paulo: Editora Ática, 1995.

ANGELONI, Maria Terezinha. Elementos intervenientes na tomada de decisão. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 17-22, jan./abr. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v32n1/15969.pdf> Acesso: 19 jul.2016.

ANJOS, Sara Joana G. dos; ANJOS, Francisco A. dos; SILVA JÚNIOR, Ovidio Fellipe P. da. A informação como vantagem competitiva no processo logístico integrado nos serviços turísticos. **Encontros Bibli**, Florianópolis, n.esp., 2º sem. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2008v13nesp2p41> Acesso em: 29 out.2016.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Abordagem interacionista de estudos de usuários da informação. **Ponto de Acesso**, Salvador, v.4, n.2, p.2-32, set. 2010. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/3856/3403> Acesso: 16 dez.2016.

_____; PEREIRA, Gisele Alves; FERNANDES, Janaína Rozário. A contribuição de B. Dervin para a Ciência da Informação no Brasil. **Encontros Bibli**. Florianópolis, v. 14, n. 28, p.57-72, 2009. DOI DOI 10.5007/1518-2924.2009v14n28p57, Acesso em: 07 mar.2017.

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n.20, p.15-29,

out/2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a01.pdf> Acesso: 30 abr.2014.

_____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papyrus, 2014. E-book.

_____; TAMANI, Elizabete; SILVA, Maria Ivonete P. da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas: Papyrus, 2004.

BENI, Mario Carlos. Sistema de Turismo – SISTUR: estudo do turismo face à moderna teoria de sistemas. **Turismo em Análise**. v.1, n.1, p.15-34, fev.1990. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63854>. Acesso em: 02 mar.2015.

_____. **Análise estrutural do turismo**. 5.ed.São Paulo: Senac, 2001.

_____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2004.

_____. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph Editora, 2006.

BENVENISTE, Émile. Vista d'olhos sobre o desenvolvimento da linguística. In: BENVENISTE, É. **Problemas de linguística geral**. 5. ed. Campinas: Pontes, 2005.

BIGNÉ ALCAÑIZ, Enrique; FONT AULET, Xavier; ANDREU SIMÓ, Luisa. **Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo**. Madrid, Espanha: ESIC, 2000.

BISSOLI, Maria Ângela M. A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 1999.

BLAINEY, Geoffrey. **Uma breve história do mundo**. 2.ed. São Paulo: Fundamento, 2008.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **A profissão de sociólogo: preliminares epistemológicas**. Petrópolis: Vozes, 1999.

BRAGA, Débora Cordeiro. Investigação da demanda turística como fator fundamental para o planejamento e o desenvolvimento do turismo. In: REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny Kramer. (org). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

BRAGA, Kátia Soares. **Aspectos relevantes para a seleção de metodologia adequada à pesquisa social em Ciência da Informação**. In: MUELLER, Suzana Pinheiro M. (Org.). Métodos para pesquisa em ciência da informação. Brasília: Thesaurus, 2007.

BULHÕES, Nauê G. **A importância do uso do símbolo da UNESCO na promoção de destinos turísticos patrimônio da humanidade: o caso de Diamantina**. 2011. 94p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina, 2011.

CABO NADAL, Mónica. **Información turística en destino**. Madrid, Espanha: Thomson, 2002.

CACHO, Andréa do Nascimento. Barbosa; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. O turismo no contexto da sociedade informacional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.4, n.2, p.31-48, ago. 2010. Disponível em: <http://www.anptur.org.br/ojs/index.php/rbtur/article/download/266/343>. Acesso: 12 mai.2014.

CAMARGO, Joice Cláudia de Carvalho. **A disseminação de informações estatísticas na web: da difusão à divulgação**. São Paulo, 2006. 128f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, 2006.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia, 2003.

_____; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n.1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54>. Acesso em: 08 dez.2016.

CASTILLO NECHAR, Marcelino; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Implicaciones epistemológicas en la construcción del conocimiento del turismo**. In: CASTILLO NECHAR, Marcelino; PANOSSO NETTO, Alexandre (Orgs). *Epistemología del Turismo: estudios críticos*. México: Trillas, 2010.

CAVALCANTE, Lídia E.; DIAS, Edna L. O mercado de informação no setor turístico brasileiro. **Informação e Informação**, Londrina, v.6, n.2, p. 121-129, jul/dex. 2001. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1692/1443>. Acesso em: 21 mar. 2015.

CERVERÓ, Josep; IGLESIAS BEDÓS, Oriol; VILLACAMPA, Olga. **Marketing turístico**. Barcelona, Espanha: EUB – Octaedro, 2002.

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

COHEN, Diana Micheline. **O consumidor da informação documentária: o usuário de sistemas documentários visto sob a lente da análise documentária**. São Paulo, 1995. 145p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, 1995.

CONCEIÇÃO, Wander; FERNANDES, Antônio Carlos. **Caminhos do Desenvolvimento: síntese histórica da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri 1953 – 2005**. Diamantina: UFVJM, 2005.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; GILBERT, David; FYALL, Alan; WANHILL, Stephen. **Turismo: princípios e práticas**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

COOPER, Chris; MICHAEL HALL, Colin; TRIGO, Luiz Gonzaga G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COSTA, Cândida Aleixo de Oliveira. **Aplicação da Abrodagem Sense-Making no Estudo do Comportamento Informacional de Pesquisadores de um Instituto de Pesquisa Tecnológica**. Belo Horizonte, 2000. 94p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 1995.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? **Prisma.com**, n. 4, 2007. Disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/645/pdf>. Acesso em: 22 jan 2014.

_____. Du numérique pour la culture à la culture numérique? In: JORNADA CIENTÍFICA INTERNACIONAL DA REDE MUSSI, 2., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Rede Franco-Brasileira de Pesquisadores em Mediações e Usos Sociais de Saberes e Informações. Rio de Janeiro: 2012. p. 21-38. Tradução para a língua portuguesa de Sônia Costa / Good Deal Constultoria.

DE LUCCA FILHO, Vinicius. **Estudo do fluxo de informações em centros de informações turísticas de Santa Catarina**: programa Portais do Lazer. Florianópolis, 2005. 134f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2005.

DE MASI, Domenico. **O futuro do trabalho**: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial. 2.ed. Rio de Janeiro: Jose Olimpio & Brasília: UNB, 1999.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo**: planejamento, métodos e técnicas. 9.ed. São Paulo: Futura, 2007.

DERVIN, Brenda. An overview of Sense-Making research: concepts, methods, and results to date. **International Communication Association annual meeting**, Dallas, May 1983. Disponível em <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/2281/Dervin83a.htm>. Acesso em: 11 mar.2017.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. 1.ed. 3.reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

_____; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson, 2005.

ESTEVE SECALL, Rafael. **Turismo ¿democratización o imperialismo?** Málaga, Espanha: Universidad de Málaga, 1983.

FERREIRA, Sueli Mara S. P. Design de biblioteca virtual centrado no usuário: a abordagem do Sense-Making para estudos de necessidades e procedimentos de busca e uso da Informação. **Ciência da Informação**. Ci. Inf. v. 26 n. 2 Brasília May/Aug. 1997. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651997000200014. Acesso em: 31 mar.2017.

FIORIN, José Luiz (Org.). **A linguagem humana**: do mito à ciência. Linguística. Que é isso? São Paulo: Contexto, 2013.

FUJINO, Asa. **Gestão de serviços de informação no contexto da cooperação universidade-empresa**: reflexões e perspectivas. In: LARA, Marilda L. G. de; FUJINO, Asa; NORONHA, Daisy. P. (Orgs). Informação e contemporaneidade: perspectivas. Recife: Néctar, 2007.

FURTADO, Junia Ferreira. **Chica da Silva**: o avesso do mito. In: BRUSCHINI, Cristina e PINTO, Celi Regina (org.). Tempos e Lugares de Gênero. São Paulo: Editora 34, 2001.

GALVÃO, Maria Cristiane Barbosa. A linguagem de especialidade e o texto técnico-científico: notas conceituais. **Tansinformação**, Campinas, v.16, n.3, set/dez.2004, p.241-251. Disponível em: <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/711> Acesso em: 13 jan.2017.

GASPAR, Nádea R. **Práticas discursivas e culturais**: relações analíticas entre arte, literatura e ciência no tema sobre a leitura. In: BOCCATO, Vera R. C.; GRACIOSO, Luciana de S. (orgs.). Estudos de Linguagem em Ciência da Informação. Campinas: Editora Alínea, 2011.

GIL, Antonio C. **Estudos de Caso**: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.

GOODWIN JR, James William. Melhoramentos Urbanos e Política Local: o jornal A Idéia Nova, Diamantina/MG, 1906-1910. In: XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2007. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA – ANPUH, 2007, São Leopoldo/RS. **Anais... ANPUH/UNISINOS**, 2007.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing**: gerenciamento e serviços. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 209.

GUERRA, Antônio Claret; GOSLING, Marlusa; COELHO, Mariana de Freitas. Redes Sociais: um jornal on-line como fonte de informação especializada em turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.8, n.3, p.403-418, set/dez. 2014. Disponível em: <http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/800/649>. Acesso: 02 mar.2015.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

IBGE. **Pesquisa geral de cidades**. Disponível em: http://ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?lang=_ES&codmun=312160&search=minas-gerais|diamantina|infograficos:-dados-gerais-do-municipio. Acesso em: 05 set.2017.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 1.ed. 3. reimp. São Paulo: Pioneira, 2002.

JARDIM, José. Maria. **Contornos à meia luz**. Transparência e Opacidade do Estado no Brasil: usos e desusos da informação governamental. Niterói: EDUFF, 1999.

KNUPP, Marcos Eduardo Carvalho G. **Análise de Políticas Públicas de Turismo**: uma abordagem metodológica baseada em redes sociais. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis (Org.). Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações. Caxias do Sul: EDUCS, 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10.ed. São Paulo: Atlas. 2000.

KRIEGER, Maria das Graças. Terminologia revisitada. **DELTA**, São Paulo, v.16, n.2. 2000, p.209-228. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/delta/v16n2/a01v16n2.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2017.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: por uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3.ed. São Paulo: Aleph, 2003.

LARA, Marilda Lopes Ginez de. A arquitetura de sistemas de informações estatísticas na internet. **São Paulo em Perspectiva**, 12(4), 1998.

_____. **Elementos de Terminologia** (apostila para uso didático). São Paulo: USP, 2005.

_____. **A construção da informação no universo da linguagem na contemporaneidade.** In: LARA, Marilda L. G. de; FUJINO, Asa; NORONHA, Daisy. P. (Orgs). Informação e contemporaneidade: perspectivas. Recife: Néctar, 2007.

_____. Informação, informatividade e linguística documentária: paralelos com as reflexões de Hjørland e Capurro. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8, 2007. Salvador/BA. **Anais...** Salvador, 2007.

_____; CIOFFI, Silvia. Retomando um velho tema: o mito da neutralidade da análise documentária. **São Paulo em Perspectiva**, v. 3, n. 1/2, p. 92-95, jan./jun. 1998.

_____; CONTI, Vivaldo L. Disseminação da informação e usuários. **São Paulo em Perspectiva**. 17 (3-4), 26-34, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v17n3-4/a04v1734.pdf>. Acesso em: 03 mai.2017.

_____; CAMARGO, Joice Cláudia C.; ROCHA, Sílvia Gagliardi. Informação estatística e cidadania. **São Paulo em Perspectiva**, v. 16, n.3, p. 86-91, jul./set.2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v16n3/13565.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2016.

LINARES COLUMBIÉ, Radamés. Epistemología y ciencia de la información: repensando un diálogo inconcluso. **Acimed**. 2010; 21 (2) 140-160. Disponível em: [scielo.sld.cu](http://www.scielo.sld.cu). Acesso em: 15 abr.2017.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas.** São Paulo, Aleph, 2008.

MAGNANI, Maria Cláudia Almeida Orlando. **Hospício da Diamantina: a loucura na cidade moderna.** Belo Horizonte: Argvmentvm, 2008.

_____. **Cultura pictórica e percurso da quadratura no arraial do tijuco no século XVIII: entre o decorativo e a persuasão.** 2013. 428f. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2013.

MARTELETO, Regina M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v.3, n.1, p.27-46, jan/dez. 2010. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000009339/e02c06fa980a4788118f8ef357e2d5c0> Acesso em: 04 mar.2016.

_____; COUZINET, Viviane. Mediações e dispositivos de informação e comunicação na apropriação de conhecimentos: elementos conceituais e empíricos a partir de olhares intercruzados. **Revista Brasileira de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v.7, n.2, p.02-16, jun. 2013. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000018278/796c74adaf3129c37c724478399cc1d6> Acesso em: 04 mar.2016.

MARTÍN ROJO, Inmaculada. **Dirección y gestión de empresas del sector turístico.** 3.ed. Madrid: Pirâmide: 2004.

MARTINS, Marcos Lobato. A Presença da Fábrica no Grande Empório do Norte: surto industrial em Diamantina entre 1870 e 1930. In: IX SEMINÁRIO SOBRE A ECONOMIA MINEIRA, 2000. Diamantina/MG. **Anais...** CEDEPLAR/UFMG, 2000.

_____. Mineração, identidade garimpeira e meio ambiente: os conflitos em torno da extração de diamantes no Alto Jequitinhonha, 1989-1995. In: XXIV SIMPÓSIO NACIONAL

DE HISTÓRIA, 2007. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA – ANPUH, 2007, São Leopoldo/RS. **Anais...** ANPUH/UNISINOS, 2007.

MATA MACHADO FILHO, Aires. **Arraial do Tijuco Cidade Diamantina**. 3.ed. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. USP, 1980.

MATHIESON, Alister, WALL, Geoffrey. **Tourism: economic, physical and social impacts**. Edimburgo, Escócia: Longman, 1992.

MATOS, Ralfo. Populações do vale do Jequitinhonha e movimentos migratórios. In: IX SEMINÁRIO SOBRE A ECONOMIA MINEIRA, 2000, Diamantina/MG. **Anais...** CEDEPLAR/UFMG, 2000.

MEDAGLIA, Juliana. **Un estudio sobre la necesaria evolución del Marketing de Destinos Turísticos y su sinergia con la Planificación Estratégica de Destinos Turísticos**. 2005. 151f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Turismo). Universidad de Málaga, Málaga, 2005.

_____ ; ORTEGA, Cristina Dotta. Mediação da Informação em Turismo: um estudo introdutório. **INCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**. Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 126-147, set. 2015/fev. 2016. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/89926>. Acesso em: 17 fev. 2016.

_____ ; MAYNART, Karla. **O perfil da demanda turística de Diamantina e sua relação com a segmentação de mercados**. 2010. 96f. Relatório de Iniciação Científica (Bacharelado em Turismo). Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri / PIBIC-FAPEMIG, Diamantina, 2010.

_____ ; SILVEIRA, Carlos Eduardo. O papel histórico do turismo de massa na consolidação da união Europeia e suas relações com a política nacional de turismo no Brasil. **Turismo: visão e ação**. v. 12, n.2, p. 07-19, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/643>. Acesso em 02 mar.2015.

MENDES, Luciana Cortes. **Do tecer do algodão ao tecer da informação: organizando a explosão informacional do século XIX**. 2014. 240f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

MILIO BALANZA, Isabel; CABO NADAL Mónica. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. São Paulo: Thomson, 2003.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14.ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NASCIMENTO, Maria de Jesus; SILVA, Paula Sanhudo. Informação: insumo básico o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina. **Perspectiva em Ciência da Informação**, v.9, n.1, p.48-69, jan/jun.2004. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/350>. Acesso em 21 mar.2015.

NEVES, Augusto J.W.A. das; BIZ, Alexandre A.; BETTONI, Eduardo M. Creación de itinerarios turísticos en el municipio de Curitiba (PR-Brasil). **Estudios y Perspectivas em Turismo**, v.21, p.388-401, mar/abr. 2012. Disponível em: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a07.pdf> Acesso em 29 out.2016.

NISHIMURA, Sachiko; WARYSZAK, Robert; KING, Brian. The use and perceived usefulness of information sources among Japanese overseas tourists. **Tourism and Hospitality Research**. V.6, n.4, p.284-295, 2006. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/palgrave.thr.6050021>, Acesso em 09 dez.2016.

O'CONNOR, Peter. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Maria Amália S. A. de; OLIVEIRA, Jonas Henrique de. Turismo e sociedade: notas exploratórias. **Itinerarium**. v.3, n.1, p. 102-120, 2010. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium/article/view/1270>. Acesso em 31.mar 2015.

OLIVEIRA, Amanda Leal de. A mediação da informação como experiência de negociação de sentidos. **Tendências da pesquisa brasileira em ciência da informação**. Vol. 4, n1, 2011. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/45/82> Acesso em 20 abr.2017.

OLIVEIRA, Marcela Costa B. Parcerias entre centros de pesquisa e gestão pública de turismo. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**. v. 4. n. 2, p. 43-53, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://abet.ufjf.emnuvens.com.br/abet/article/view/2855>. Acesso em 02 mar.2015.

OLIVEIRA, Wellington de; VIEIRA, Valdinei Cláudio. A condição social e econômica do garimpeiro da cidade de Diamantina: Uma história contada por seus protagonistas. **Revista Vozes dos Vales da UFVJM**. Nº 02 – Ano I – 10/2012. PROEXC/UFVJM– disponível em www.ufvjm.edu.br/vozes, acesso em 10 fev. 2015.

OMT. **Educando educadores em turismo**. Valência, Espanha: OMT e Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad Universidad Politécnica de Valencia, 1995.

_____. **Introducción al turismo**. Madrid: OMT, 1998.

_____. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

_____. **Evaluación de las actividades promocionales de las ONT**. Madrid: OMT, 2004.

_____. **Introdução à metodologia da pesquisa em turismo**. São Paulo: Roca, 2006.

ONHAS.COM **O incentivo da Coroa e o povoamento**. Disponível em: blog.onhas.com/o-incentivo-da-coroa-e-o-povoamento. Acesso em 20 jun. 2014.

ORTEGA, Cristina Dotta. **Os registros de informação dos sistemas documentários: uma discussão no âmbito da representação descritiva**. 2009. 268f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

_____. Ciência da Informação: do objetivo ao objeto. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 13., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012.

_____. **Aspectos teóricos, procedimentais, normativos e pragmáticos como categorias para uma epistemologia da organização da informação.** In: DOBEDEI, Vera; GUIMARÃES, José Augusto C. (org.) Complexidade e organização do conhecimento: desafios de nosso século. Rio de Janeiro: ISKO-Brasil; Marília: FUNDEPE, 2013.

_____. A ordenação de documentos como atividade de organização da informação: proposta de fundamentação e atualização. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 14., 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2013.

_____. **Da Mediação em Ciência da Informação.** 2015. 121f. Relatório Final de Pesquisa de Pós-Doutoramento. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015.

_____. **Fundamentos e métodos da ordenação de documentos.** In: Ortega, Cristina Dotta; Silva, Camila Mariana Aparecida da; Santos, Marcelo Nair dos. Ordenação de documentos na atividade bibliotecária. Brasília: Briquet de Lemos / Livros, 2016.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo:** teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PEARCE, Douglas. Modelos de gestión de destinos: síntesis e evaluación. **Estudios y perspectivas en turismo.** V.5, n. 25, p.01 – 16, jan.2016. Disponível em: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N01/v25n1a01.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2016.

PERROTTI, Edmir. PIERUCCINI, Ivete. **Infoeducação:** saberes e fazeres da contemporaneidade. In LARA, Marilda Lopes Ginez de. FUJINO, Asa. NORONHA, Daisy Pires. (Org). Informação e Contemporaneidade: perspectivas. Recife: NÉCTAR, 2007.

PETROCCHI, Mario. **Marketing para destinos turísticos:** planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2004.

PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis (Org.). In: **Gestão Pública do Turismo no Brasil:** teorias, metodologias e aplicações. Caxias do Sul: EDUCS, 2014.

PIRES, Lilian Cardoso. Análise dos impactos da tecnologia de informação e comunicação para o turismo. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação em Turismo**, v. 5, n.4, p.01-20, dez, 2010. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5780>

POLO JEQUITINHONHA – UFMG. **Sobre o Vale.** Disponível em: <https://www2.ufmg.br/polojequitinhonha/O-Vale/Sobre-o-Vale>, acesso em: 20 jun. 2014.

POMBO, Olga. A interdisciplinaridade: conceito, problemas e perspectivas. In POMBO, O.; LEVY, T.; GUIMARÃES, H. **A interdisciplinaridade: reflexão e experiência.** 2ed.Lisboa: Editora Texto, 1994. Disponível em: educ.gc.ul.pt. Acesso em 04 nov.2014.

_____. Interdisciplinaridade e integração dos saberes. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p. 3-15, mar.2005. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/186/103>. Acesso em: 14 nov.2014.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

PRAXEDES, Walter. Turismo e consumo na sociedade global. **Turismo: dimensões e perspectivas**. Faculdade Nobel, v.1, n.1, p. 45-55, dez. 2001.

RAFAEL, Célia; ALMEIDA, Aurélia de. Impacto da informação on line na formação da imagem de destino virtual. **Dos Algarves: a multidisciplinary e-Journal**, n.23, p.28-50, 2014. Disponível em: <http://www.dosalgarves.com/revistas/N23/2rev23.pdf> Acesso em: 29 out.2016.

RAMOS, Célia M. Q. Sistemas de Informação para a Gestão Turística. **Encontros Científicos**, n.6, p.107-116, 2010. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S164624082010000100011&lng=pt&nrm=iso Acesso em 10 dez.2016.

_____. RODRIGUES, Paulo M.M.; PERNA, Fernando. Sistemas de informação para apoio ao Turismo, o caso dos *Dynamic Packaging*. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias da Informação**, n.2, p.25-35, dez.2008. Disponível em: <http://www.risti.xyz/issues/risti2.pdf> Acesso em 12.dez.2016.

_____; RODRIGUES, Paulo. Tourism demand modelling and forecasting: an overview. **Revista de Turismo Contemporâneo, RTC**. Natal, v. 2, n. 2, p 330-340, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/5482/5054> Acesso em: 31.mar 2015.

REJOWSKY, Mirian; YASOSHIMA, José R.; STIGLIANO, Beatriz V.; SILVEIRA, Adalgiso S. **Desenvolvimento do turismo**. In: REJOWSKY, Mirian. (org.) Turismo no percurso do tempo. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14264> Acesso em: 14 out.2013.

_____; KOBASHI, Nair, Yumiko. Subsídios para elaboração de um tesouro brasileiro de turismo. **Turismo em análise**, São Paulo, v.22, n.3, p. 579-598, dez. 2011.

RENDÓN ROJAS, Miguel. Relación entre los conceptos: información, conocimiento y valor. Semejanzas y diferencias. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 52-61, maio/ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28555.pdf> Acesso em: 08 dez.2016.

RIBEIRO, Fernanda. **O papel mediador da ciência da informação na construção da sociedade em rede**, 2009. Disponível em: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/26612/2/FRibeiropapelmediadorCI000108385.pdf>. Acesso em 22 jan. 2014.

RICHARDSON, Roberto J.; colaboradores José Augusto de Souza Peres...(et al.). **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3.ed. – 14.reimpr. – São Paulo: Atlas, 2012.

RITZMANN, Bárbara N. B.; SILVA, Helena F. N.; TSUNODA, Denise F.; Schneider, Ariane H. Uso de rede de informação para criação de significado: uma análise sob a perspectiva dos modelos de Brenda Dervin e Kerl Weick. **Informação & Sociedade: Estudos, João Pessoa**, v. 23, n.2, p. 125-137, maio/ago. 2013.

ROBREDO, Jaime; CUNHA, Murilo B. da. **Documentação de hoje e amanhã: uma abordagem informatizada da biblioteconomia e dos sistemas de informação**. 2.ed. São Paulo: Global, 1994.

ROCHA, Silvia G. **A representação documentária de informações estatísticas**: quando a ordem dos fatores altera o produto. São Paulo, 2006. 90f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, 2006.

SABINO, Geruza de Fátima Tomé; ÁVILA, Alan Fernando Santos; SIQUEIRA, Anna Caroline Gonçalves. Apoiando a elaboração de projetos sociais e políticas públicas para os distritos de Diamantina/MG por meio de um software de análise demográfica e socioeconômica. **Revista Vozes dos Vales da UFVJM** N° 03 – Ano II – 05/2013. PROEXC/UFVJM – Disponível em www.ufvjm.edu.br/vozes, acesso em 10 fev. 2015.

SANCHES, Gisele A. Ribeiro; RIO, Sinomar Ferreira do. Mediação da informação no fazer do bibliotecário e seu processo em bibliotecas universitárias no âmbito das ações culturais. **InCID: Revista da ciência da informação e documentação**, Ribeirão Preto, v.1, n.2, p.103-121, jul/dez, 2010. Disponível em: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000009609/8de5699ccdfab27bdbcd2cc3ba37bc54>. Acesso em: 02 mar.2015.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Publicações de Turismo**. Disponível em: <http://www.publicacoesdeturismo.com.br>. Acesso em: 08 nov. 2016.

SANTOS, Joaquim Felício dos. **Memórias do distrito diamantino**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1976.

SANTOS, Liberato Silva dos. Questões sobre terminologia, linguagem e produção do conhecimento. In. IV SENEPT - Seminário Nacional de Educação Profissional e Tecnológica, 2014, Belo Horizonte. **Anais**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2014.

SCHLÜTER, Regina G.; WINTER, Gabriel. **Turismo**: uma perspectiva empresarial. Buenos Aires/Argentina: 2003.

SEABRA, Claudia; ABRANTES, José L; LAGES, Luis F. The impact of using non-media information sources on the future use of mass media information sources: The mediating role of expectations fulfillment. **Tourism Management**. v.28, p. 1541-1554, 2007. Disponível em: <http://www.lflages.com/papers/TourismManagement2.pdf>, Acesso em 08 dez.2016

SECTUR. **Fluxo de visitação nos monumentos em Diamantina**. Diamantina, 2008.

SENRA, Nelson de Castro. Regime e política de informação estatística. **São Paulo em Perspectiva**, v.16, n.3, p.75-85, jul/dez, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v16n3/13564.pdf> Acesso em 28 fev. 2015.

SERRANO-BARQUÍN, Rocío; CRUZ GIMENEZ, Graciela; ARGUELLO ZEPEDA, Francisco; OSORIO GARCÍA, Maribel; SÁNCHEZ BARRETO, Rafael. La complejidad, expresión de nuestro tiempo: el turismo desde los sistemas complejos. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**. Ano 06, n. 1, p. 4-23, fev. 2012. Disponível em: http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano6-edicao1/artigo_1.pdf. Acesso em: 02 mar. 2015.

SILVA, Armando Malheiro da. Mediações e mediadores em Ciência da Informação. **Prisma.com**, n.9, 2010, p.1-37. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/700>. Acesso em: 22 jan. 2014.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho; GOMES, Henriette Ferreira. A importância da mediação para a construção de uma autonomia no contexto dos usuários da informação. **Informação e Sociedade: estudos**. João Pessoa, v.23, n.2, p.33-44, maio / ago. 2013. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/12958/9683>. Acesso em 14 abr. 2015.

SILVA, Marcos José Pereira da. Onze passos do planejamento estratégico-participativo. In: BROSE, Markus (org). **Metodologia participativa: uma introdução a 29 instrumentos**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001.

SILVEIRA, Carlos Eduardo. **La planificación turística en el ámbito de la formación superior en turismo: el caso de Curitiba, Paraná, Brasil**. Málaga, Espanha, 2009. 320f. Tese (Doutorado em Gestão e Desenvolvimento Turístico Sustentável). Departamento de Economia Aplicada – Política Econômica, Universidade de Málaga, Málaga, Espanha, 2009.

_____; MEDAGLIA, Juliana. A influência da ideologia do capitalismo industrial no desenvolvimento do turismo de massa europeu e suas consequências na política nacional de turismo brasileira. In: SEMINTUR - SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4, 2006, Caxias do Sul. **Anais..** Caxias do Sul: UCS, 2006.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2009-1. 39f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2009-2. 42f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2010-1. 40f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2010-2. 43f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2011-1. 45f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2011-2. 44f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2012. 42f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina: UFVJM, 2013. 40f.

_____; _____. **Perfil da demanda turística real de Diamantina e região:** características de viagem, motivações, percepções e expectativas. Diamantina/MG: UFVJM, 2014a. 42f.

_____; _____. **A pesquisa de demanda turística real de Diamantina e região:** alcances pedagógicos. In: SILVEIRA, Carlos Eduardo; MEDAGLIA, Juliana (org.) **Desenvolvimento turístico em cidades históricas: estudos de caso de Diamantina/MG**. Diamantina/MG: UFVJM, 2014b.

_____; _____. El turismo en Diamantina y la relación de la ciudad con la Universidad: una mirada bajo la perspectiva de la teoría del reconocimiento. **Estudios y Perspectivas en Turismo**. Volumen 26 (2017) pp. 170 – 190. Disponível em <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V26/N01/v26n1a09.pdf>. Acesso em 07 fev.2017.

_____; _____. BULHÕES, Nauê G.; SOUZA JR, Ronaldo F. Caminhos do turismo em Diamantina: a relação com a origem mineradora, a cultura e o título de patrimônio cultural da humanidade. **Revista Vozes dos Vales da UFVJM** Nº 01 – Ano I – 05/2012. PROEXC/UFVJM – Disponível em www.ufvjm.edu.br/vozes, acesso em 10 fev.2015.

_____; _____. PAIXÃO, Dario. **Política Pública de Turismo no Brasil: considerações sobre (des)continuidade e partidarismo à luz da história recente**. In: PIMENTEL, Thiago D.; Emmendoerfer, Magnus L.; Tomazzoni, Edegar L. (Orgs.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul : EDUCS, 2014.

SMIT, Johanna Wilhelmina. Arquivologia, biblioteconomia e museologia: o que agrega estas atividades profissionais e o que as separa? **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, v. 1, n. 2, p. 27-36, 2000. Disponível em: <http://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/viewFile/399/373>. Acesso em: 26 abr.2017.

_____. **Novas abordagens na organização, no acesso e na transferência da informação**. In: SILVA, Helen de Castro; BARROS, Maria Helena T. C. de (Orgs.). **Ciência da Informação: múltiplos diálogos**. Marília: Oficina Universitária Unesp, 2009.

_____. A Informação na Ciência da Informação. **InCID: Revista da ciência da informação e documentação**, Ribeirão Preto, v.3, n.2, p.84-101, jul/dez, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/48655>. Acesso em: 03 mar.2013.

_____; BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Ciência da informação: base conceitual para a formação profissional**. In: VALENTIM, Marta Lúcia P. (Coord.). **Formação do profissional da informação**. São Paulo: polis, 2002.

_____; TÁLAMO, Maria de Fátima, G.M.; KOBASHI, Nair Y. A determinação do campo científico da ciência da informação: uma abordagem terminológica. **DataGamaZero**, Rio de Janeiro, v.5, n.1, fev, 2004. Disponível em: http://www.dgz.org.br/fev04/F_I_aut.htm. Acesso em: 20 abr.2015.

SOUZA, Gisele P. de. **Linguagem de Especialidade da Ciência da Informação: estudo exploratório a partir dos periódicos brasileiros da área entre 2005 e 2009**, São Paulo, 2011. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo (ECA/USP). Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-06102015-103743/pt-br.php> Acesso em: 16 fev.2017.

SOUZA JR., Ronaldo F. **A relação entre a igreja católica e o turismo: um estudo de caso do centro histórico de Diamantina**. 2011. 97p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina, 2011.

TÁLAMO, Maria de Fátima G. M. A Pesquisa: recepção da informação e produção do conhecimento. **DataGamaZero**, Rio de Janeiro, v.5, n.2, abr, 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000207&pid=S0100-1965200500020001000037&lng=es . Acesso em: 31 out.2016.

_____; LARA, Marilda Lopes Ginez de. O campo da linguística documentária. **Transinformação**, Campinas, v.18, n.3, p.203-2011, set/dez, 2006.

_____; SMIT, Johanna Wilhelmina. Ciência da Informação: pensamento informacional e integração disciplinar. **Brazilian Journal of Information Science**, Marília, v.1, n.1, p.33-57, jan/jun, 2007.

TRIBE, John. The Indiscipline of Tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n.3, p. 638-657, 1997.

TRIGO, Luis Gonzaga Godoy. **Turismo brasileiro e a questão social**. In: TRIGO, Luis G. G.; PANOSSO NETTO, Alexandre. Reflexões sobre um novo turismo: política, ciência e sociedade. São Paulo: Aleph, 2003.

_____, PANOSSO NETTO, Alexandre. **Reflexões sobre um novo turismo**: política, ciência e sociedade. São Paulo: Aleph, 2003.

TONELLO, Izângela Maria S.; LUNARDELLI, Rosane A.; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Palavras-chave: possibilidades de mediação da informação. **Ponto de acesso**, Salvador, v.6, n.2, p.21-34, ago. 2012.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura. **O patrimônio**: legado do passado ao futuro. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/heritage-legacy-from-past-to-the-future/>>. Acesso em: 20 jan.2015.

VALLS, Josep-Francesc. **Las claves del mercado turístico**: cómo competir en el nuevo entorno. Bilbao, Espanha: Deusto, 2003.

VITAL, Luciane P.; FLORIANI, Vivian M.; VARVAKIS, Gregório. O fluxo de informação sob a ótica de gestores públicos em turismo. **Informação & informação**, Londrina, v. 19, n.3, p.150-167, set./dez, 2014. Disponível em: http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/15879/pdf_37. Acesso em: 29 out.2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Instrumento de pesquisa – Pesquisa qualitativa



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação



ROTEIRO DE ENTREVISTA

Pesquisa qualitativa da tese de doutorado: “Mediação da Informação em Turismo: o (não) uso da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina/MG”.

I – CARACTERIZAÇÃO DA ENTREVISTA E DO ENTREVISTADO

Nome do (a) entrevistado (a): _____

Instituição: _____

Área do COMTUR que representa: _____

Data: ___/___/___ Local: _____ Hora: _____

1) Instituição: () Pública () Privada () ONG / OSCIP

2) Quem representa a Instituição no COMTUR:

() Proprietário/Dirigente () Chefe/ Supervisor () Empregado/ Funcionário

3) Para você, ‘demanda turística real’ está relacionada a que (escalonar a partir da ficha):

() Preparação do destino/oferta

() Turista/cliente

() O que querem os turistas

() Futuros turistas

() Desenvolvimento Turístico

() Não sabe o que é

() Outros _____

II – A PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA

4) Você sabe que existe uma pesquisa da UFVJM com os turistas que visitam Diamantina?

() Sim (*continuar na sequência*)

() Não (*ir para questão 9*)

Comentários: _____

5) Já fez ou sabe de alguém que tenha feito, uso das informações da Pesquisa? Qual?

(*respostas veladas*)

() Não () Não, mas já ouvi falar, não lembro onde

() Não, mas sei quem fez _____

() Sim, para a gestão da minha instituição

() Sim, para uma reunião com clientes/fornecedores

() Sim, para uma reunião interna () Sim, para uma palestra

() Sim, para uma reunião com outras entidades

() Sim, para um trabalho de faculdade/pós-graduação

() Outros

Comentários da entrevistadora: _____

III – O RELATÓRIO DA PDTD

6) Você já viu o relatório desta pesquisa? (*respostas veladas /// pode assinalar mais de uma*)

() Não (*ir para questão 9*)

() Não, mas já ouvi falar que existe

() Sim, no site da Universidade (*seguir na sequência*)

() Sim, na tela do computador/tablete

() Sim, imprimir uma cópia física

() Sim, recebi impresso

() Sim, em outro lugar (no escritório de um parceiro, em uma reunião, na SECTUR)

Comentários da entrevistadora: _____

7) (Se 6 SIM), como você percebe a compreensão dos itens abaixo, apresentados nos relatórios da PDTD (*ficha auxílio*)

	Leve / fácil	Adequado	Pesado / Difícil	Não sei responder
Título do Relatório				
Texto do Relatório				
Tabelas				
Gráficos				
Conclusões e sugestões				

8) Pode destacar pelo menos um ponto positivo e um ponto negativo do relatório da PDTD?

Positivo(s) _____

Negativo(s) _____

IV – A PDTD E A CIDADE

09) Quando procura informações para a gestão da sua instituição e/ou alguma ação ligada ao turismo de Diamantina, você prefere: *(assinalar mais de uma)*

() gráficos

() tabelas

() texto em parágrafos

() texto em tópicos

() conversas/palestras

() não busco informações para estas ações

() não busco fora, uso dados internos

() outro _____

10) Você acha que a forma como a Universidade (UFVJM) se relaciona com as entidades da cidade de Diamantina influencia o uso das informações da Pesquisa de Demanda Turística?

(velada)

() Nunca pensei a respeito

() Não

() Sim, mas não sei explicar o motivo

() Sim, porque _____

11) Outros comentários, críticas, sugestões

APÊNDICE B – Ficha auxílio – pesquisa qualitativa



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação



FICHA AUXÍLIO

Pesquisa qualitativa da tese de doutorado: “Mediação da Informação em Turismo: o (não) uso da Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina/MG”.

3 – Demanda Turística Real:

- 1) Desenvolvimento turístico
- 2) Futuros turistas
- 3) Não sei o que é
- 4) O que querem os turistas
- 5) Preparação do destino/oferta
- 6) Turista / cliente
- 7) Outros _____

7 – Itens nos Relatórios da PDTD

	Leve / fácil	Adequado	Pesado / Difícil	Não sei responder
Título do Relatório				
Texto do Relatório				
Tabelas				
Gráficos				
Conclusões e sugestões				

10 – Informação para gestão da sua Instituição e / ou alguma ação ligada Ao Turismo

- 1) Conversas/palestras
- 2) Gráficos
- 3) Tabelas
- 4) Texto em parágrafos
- 5) Texto em tópicos
- 6) Não busco fora, uso dados internos
- 7) Não busco informações para estas ações
- 8) Outro _____

ANEXOS

14. Participou de quais atividades?							
A	Nenhuma	B	Café no Beco	C	Concerto na Igreja/ Banda Mirim	D	Feira do Mercado Velho
E	Sarau da Arte Miúda	F	Seresta	G	Vesperata	H	Sexta Nossa (no mercado)
I	Cachoeira	J	Trilha	K	Rapel	L	Outras. Quais
Qual delas mais gostou?							

PERCEPÇÕES E EXPECTATIVAS

15. Qual imagem da cidade você possuía antes de visitá-la? (Alternativas veladas! Resposta espontânea)							
A	Arquitetura	B	Carnaval	C	Diamante/Garimpo	D	Personalidades
E	Cidade Colonial	F	Estrada Real	G	Pedras /Rochas	H	Outra
16. O que mais lhe surpreendeu na cidade? (Alternativas veladas! Resposta espontânea)							
A	Arquitetura	B	Belezas Naturais	C	Histórias	D	Hospitalidade
E	Igrejas	F	Museus	G	Musicalidade	H	Personalidades
I	Outro						

17. Como classifica a estrutura turística da cidade?							
	Descrição	Otimo	Bom	Regular	Ruim	Péssima	Não usou/ Não sabe
A	Atendimento em Geral						
B	Sinalização						
C	Aparência da Cidade						
D	Acesso à Cidade						
E	Acesso aos Atrativos						
F	Acesso às cidades da Região						
G	Trânsito						
H	Meio de Hospedagem						
I	Bares						
J	Restaurantes						
K	Lojas de Artesanato						
L	Comércio em Geral						
M	Bancos						
N	Acesso às Informações Turísticas						
O	Qualidade das Informações Turísticas						
P	Segurança						
Q	Receptividade/ Acolhida do Povo						
R	Limpeza						
S	Envolvimento da comunidade local com o turismo						
T	Conservação do Casario/ Arquitetura						
U	Paisagem no trajeto à cidade/região						
V	Serviços no trajeto à cidade/região						
W	Condições da Estrada no trajeto à cidade/região						
X	Sinalização das Estradas no trajeto à cidade/região						
Y	Guias de Turismo						
18. O Sr.(a). já ouviu falar no Instituto Estrada Real?							
A	Sim	B	Sim, estou aqui por causa dele	C	Sim, mas não sei bem o que é	D	Não
19. Se sim, através de qual meio de divulgação ficou sabendo do IER?							
A	Amigos	B	Internet	C	Jornais/Revistas	D	Televisão
E	Placas	F	Não lembro				
20. O Sr.(a) pretende visitar outras cidades da região de Diamantina?							

<input type="checkbox"/> A	Não	<input type="checkbox"/> B	Sim,	Quais	
----------------------------	-----	----------------------------	------	-------	--

SOMENTE PARA FINS ESTATÍSTICOS

Gênero		Faixa etária								
<input type="checkbox"/> A	Feminino	<input type="checkbox"/> A	Menor de 18 anos	<input type="checkbox"/> C	18 a 24 anos	<input type="checkbox"/> E	25 a 33 anos	<input type="checkbox"/> G	34 a 42 anos	
<input type="checkbox"/> B	Masculino	<input type="checkbox"/> B	43 a 51 anos	<input type="checkbox"/> D	52 a 60 anos	<input type="checkbox"/> F	61 a 70 anos	<input type="checkbox"/> H	Acima de 71 anos	
Escolaridade										
<input type="checkbox"/> X	Sem escolaridade/incompleto		<input type="checkbox"/> A	Ensino Fundamental		<input type="checkbox"/> C	Ensino Médio		<input type="checkbox"/> E	Ensino Técnico
<input type="checkbox"/> B	Ensino Superior Incompleto		<input type="checkbox"/> D	Ensino Superior Completo			<input type="checkbox"/> F	Pós-graduado		
Em que faixa de renda mensal situa-se a sua família?										
<input type="checkbox"/> A	Até R\$ 900,00		<input type="checkbox"/> B	De R\$ 901,00 a R\$ 1.500,00			<input type="checkbox"/> C	De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.100,00		
<input type="checkbox"/> D	De R\$ 2.101,00 a R\$ 2.700,00		<input type="checkbox"/> E	De R\$ 2.701,00 a R\$ 3.300,00			<input type="checkbox"/> F	De R\$ 3.301,00 a R\$ 3.900,00		
<input type="checkbox"/> G	De R\$ 3.901,00 a R\$ 4.500,00		<input type="checkbox"/> H	De R\$ 4.501,00 a R\$ 5.100,00			<input type="checkbox"/> I	De R\$ 5.101,00 a R\$ 5.700,00		
<input type="checkbox"/> J	De R\$ 5.701,00 a R\$ 6.300,00		<input type="checkbox"/> K	De R\$ 6.301,00 a R\$ 7.000,00			<input type="checkbox"/> L	De R\$ 7.001,00 a R\$ 8.000,00		
<input type="checkbox"/> M	De R\$ 8.001,00 a R\$ 9.000,00		<input type="checkbox"/> N	De R\$ 9.001,00 a R\$ 10.000,00			<input type="checkbox"/> O	Acima de R\$ 10.001,00		

ANEXO B – Ficha auxílio - PDTD

8. Quanto pretende gastar por dia? (Excluindo hospedagem)									
A	até R\$ 50	B	R\$ 51 a R\$100	C	R\$101 a R\$150	D	Mais de R\$151	E	Não sabe

11. Quais Atrativos Naturais visitou?							
A	Nenhum	B	Parque Estadual do Biribiri	C	Parque Estadual do Rio Preto	D	Parque Estadual do Itambé
E	Parque Nacional das Sempre Vivas	F	Gruta do Salitre	G	Outros. Quais?		

13. Quais Atrativos Culturais visitou?									
A	Nenhum	B	Arte Miúda /Museu da Seresta	C	Caminho dos Escravos	D	Casa de Chica da Silva		
E	Casa JK	F	Casa do Muxarabie	G	Cruzeiro Serra	H	Garimpo Real (Belmiro)	I	Inst. Casa da Glória
J	Ig. das Mercês	K	Catedral	L	Igreja N. S. Amparo	M	Igreja N. S. Bonfim		
N	Igreja do N. S. Carmo	O	Igreja N. S. Rosário	P	Igreja Sagrado Coração de Jesus – seminário				
Q	Igreja São Francisco de Assis	R	Mercado Velho	S	Museu Diamante	T	Teatro Santa Isabel		
T	Outros. Quais								

14. Participou de quais atividades?							
A	Nenhuma	B	Café no Beco	C	Concerto na Igreja/ Banda Mirim	D	Feira do Mercado Velho
E	Sarau da Arte Miúda	F	Seresta	G	Vesperata	H	Sexta Nossa (no mercado)
I	Cachoeira	J	Trilha	K	Rapel	L	Outras. Quais

16. Como classifica a estrutura turística da cidade?

Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe/não usou
-------	-----	---------	------	---------	-------------------

	Item		Item
A	Atendimento em Geral	M	Bancos
B	Sinalização	N	Acesso às Informações Turísticas
C	Aparência da Cidade	O	Qualidade das Informações Turísticas
D	Acesso à Cidade	P	Segurança

E	Acesso aos Atrativos	Q	Receptividade/ Acolhida do Povo
F	Acesso às cidades da Região	R	Limpeza
G	Trânsito	S	Envolvimento da comunidade local com o turismo
H	Meio de Hospedagem	T	Conservação do Casario / Arquitetura
I	Bares	U	Paisagem no trajeto à cidade/região
J	Restaurantes	V	Serviços no trajeto à cidade/região
K	Lojas de Artesanato	W	Condições da Estrada no trajeto à cidade/região
L	Comércio em Geral	X	Sinalização das Estradas no trajeto à cidade/região
		Y	Guias de Turismo

SOMENTE PARA FINS ESTATÍSTICOS

Gênero

A	Feminino	B	Masculino
----------	----------	----------	-----------

Faixa etária

A	menor de 18 anos	C	18 a 24 anos	E	25 a 33 anos	G	34 a 42 anos
B	43 a 51 anos	D	52 a 60 anos	F	61 a 70 anos	H	acima de 71 anos

Escolaridade

A	Ensino Fundamental	C	Ensino Médio	E	Ensino Técnico
B	Ensino Superior Incompleto	D	Ensino Superior Completo	F	Pós-graduado

Em que faixa de renda mensal situa-se a sua família?

A	Até R\$ 900,00	H	De R\$ 4.501,00 a R\$ 5.100,00
B	De R\$ 901,00 a R\$ 1.500,00	I	De R\$ 5.101,00 a R\$ 5.700,00
C	De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.100,00	J	De R\$ 5.701,00 a R\$ 6.300,00
D	De R\$ 2.101,00 a R\$ 2.700,00	K	De R\$ 6.301,00 a R\$ 7.000,00
E	De R\$ 2.701,00 a R\$ 3.300,00	L	De R\$ 7.001,00 a R\$ 8.000,00
F	De R\$ 3.301,00 a R\$ 3.900,00	M	De R\$ 8.001,00 a R\$ 9.000,00
G	De R\$ 3.901,00 a R\$ 4.500,00	N	De R\$ 9.001,00 a R\$ 10.000,00
		O	Acima de R\$ 10.001,00

ANEXO C – Exemplo de relatório final da PDTD



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI
DIAMANTINA – MINAS GERAIS



Relatório Final de Pesquisa

Perfil da Demanda Turística Real de Diamantina e Região

Características de Viagem, Motivações, Percepções & Expectativas

Agosto de 2014

Local: Diamantina / MG

Realização: Curso de Turismo
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM

Apoio: Instituto Estrada Real – Escritório Regional Diamantina

IDEALIZAÇÃO, COORDENAÇÃO DOS TRABALHOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Prof. Carlos Eduardo Silveira

Prof.^a Juliana Medaglia**DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO**

Prof. Alessandro Vivas Andrade

Prof.^a Luciana Pereira de Assis

Fernanda Maria Ribeiro – Bolsista IC / FAPEMIG

EXECUÇÃO – ACADÊMICOS(AS) DOS BACHARELADOS EM TURISMO E HUMANIDADES

Beatriz Roque dos Santos
Bruna Teixeira Tavares
Bruno Aparecido de Lima Ávila
Daniela Cristina Silva
Débora Cistina dos Santos
Divieu Figueiredo Freire
Fabiana Ribeiro de Souza
Fabiane da Silva Lopes
Gabriela Fonseca de Oliveira
Giselle Mayara Prates Alves
Henrique Gonçalves Oliveira
Jessica Nascimento
Katia Cristina Ribeiro
Katia do Amaral Silva
Laura de Fátima Damasceno
Luciana Aparecida Felicidade
Ludyane Cristina das Chagas Silva
Luís Eduardo Abreu Pereira
Maraisa Michele dos Santos
Marcus Vinícius Moreira
Maria Lúcia Santos Fernandes
Mariana da Conceição Alves
Marta Maria Santos Dias
Mayara Mariano Martins
Natalia Viana Quintão Carvalho
Nilza da Conceição Aguiar
Paulo Henrique Moreira Silva
Raiume Santos Belém

Renata Costa da Silva
Rute Gonzaga Elias
Thamiris de Oliveira Freitas

SUMÁRIO

	Pág.
1 APRESENTAÇÃO.....	05
2 OBJETIVOS.....	05
2.1 Objetivo Geral.....	05
2.2 Objetivos Específicos.....	06
3 METODOLOGIA.....	06
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	09
4.1 Características da Viagem.....	09
4.2 Motivações.....	18
4.3 Percepções e Expectativas.....	22
4.4 Instituto Estrada Real.....	26
4.5 Dados Estatísticos dos Entrevistados.....	30
5 CONCLUSÕES.....	31
6 REFERÊNCIAS.....	36

1 APRESENTAÇÃO

Esta nona edição da Pesquisa Perfil da Demanda Turística Real de Diamantina e Região – PDTD representa o resumo das atividades no ano de 2014, já que desde 2012, passou-se a realizar apenas um período de aplicação no ano, uma vez que a dinâmica do curso de Turismo sofreu alterações e, especialmente, em decorrência da percepção de que as alterações entre os semestres não mostraram-se tão representativas a ponto de forçarem a manutenção de dois relatórios anuais. Apresentada com o diferencial de haver sido realizada pela terceira vez com o auxílio de *Palm® Tops*, ou seja, com nova tecnologia que envolveu professores e estudantes dos Cursos de Turismo, Bacharelado em Humanidades e Sistemas de Informação e vem sendo aprimorada desde as edições passadas. Os *Palm® Tops* foram solicitados pelo Curso de Turismo e pertencem ao Laboratório do Curso. A bolsista financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, continuou assessorando a evolução do Projeto, apesar do término do período de bolsa e de seu curso no primeiro semestre de 2014. A utilização da nova tecnologia, ainda que tenha demandado adaptações do processo, auxiliou na sua modernização, o que obviamente resultou em agilidade na tabulação. Como nesta edição a aplicação continuou centrada nos alunos das disciplinas de Marketing de Destinos e Produtos Turísticos e de Planejamento e Organização do Turismo, o treinamento ocorreu em sala de aula, nos dias 8 e 9 de maio, com o intuito de capacitar, treinar e sanar dúvidas de utilização dos *Palm® Tops* e do próprio processo de pesquisa de campo.

Nesse sentido, o processo de aprendizado, segue perpassando as disciplinas envolvidas diretamente, pois novamente a grande maioria dos Trabalhos de Conclusão do Curso do Turismo da UFVJM neste semestre, fez uso dos dados gerados pela PDTD em suas edições anteriores, além de TCCs de outros cursos e trabalhos de pesquisa (TCC, dissertação, tese) de outras IFES. Essa foi uma das razões para disponibilizarmos as edições da PDTD realizadas até agora, na página de publicações do Curso de Turismo, no *site* da UFVJM (<http://www.ufvjm.edu.br/cursos/turismo/publicacoes.html>).

O turismo é uma atividade extremamente abrangente que pode ser influenciada direta ou indiretamente por vários fatores que interferem no fluxo dos turistas que irão visitar uma localidade,

gerando consequências econômicas positivas ou negativas para o destino receptor (PETROCCHI, 2004). A necessidade de conhecer o perfil do turista real de uma destinação turística é um dos primeiros passos para o desenvolvimento do planejamento estratégico de um destino, que deve sempre buscar o equilíbrio entre a oferta e demanda em suas proposições. Assim, o estudo da demanda é vital para o êxito dos destinos turísticos, seja para a adequação da oferta frente às necessidades e desejos de seus consumidores; seja para a produção da quantidade real de produtos e serviços de maneira que garanta a rentabilidade de uma determinada empresa ou organização (MEDAGLIA, 2005). Nesse contexto, é que apresentam-se os resultados desta pesquisa.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

- ✓ Identificar o Perfil da Demanda Turística a fim de conhecer suas motivações e percepções acerca dos destino Diamantina e Região.

2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Verificar as motivações do turista que visita Diamantina;
- ✓ Descobrir o interesse do turista em conhecerem as cidades da Estrada Real;
- ✓ Comparar as expectativas dos turistas com o grau de satisfação após vivenciar o destino.

3 METODOLOGIA

A relação entre a oferta e a demanda turísticas é tema frequente na literatura especializada. Dencker (2007) acrescenta que o conhecimento da demanda é fundamental no planejamento de um destino turístico. No caso específico desta Pesquisa, realizada periodicamente com os turistas em Diamantina, busca-se responder questões relacionadas tanto à qualidade da destinação quanto à satisfação dos visitantes quando comparadas suas expectativas com os serviços percebidos. Para tanto, a coleta de informações apresenta como universo de pesquisa a demanda real, ou seja, turistas que efetivamente estiveram em Diamantina e que, ao menos, tenham pernoitado nesta visita à cidade ou em situação anterior. Uma vez que o número total de visitantes de Diamantina é ainda desconhecido, a amostra foi não probabilística por cotas de acordo com os locais de visitação, que foram definidos levando em conta os seguintes critérios:

- Pesquisa realizada pela Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio, “Fluxo de Visitação nos Monumentos em Diamantina 2008” (SECTUR, 2008), que aponta as quantidades de visitantes recebidos em cada atrativo;
- Pesquisa realizada pelo IPHAN (2008), com seus livros de registro de visitantes, que aponta os Gráficos de Visitação da Casa da Chica da Silva;

- O movimento considerável nos atrativos turísticos durante os finais de semana gerou a aplicação de 60% dos questionários neste período e os outros 40% aplicados durante a semana;
- A quantidade visível de visitantes que o Mercado Velho recebe durante os finais de semana, especialmente sextas e sábados;
- Como nas Edições anteriores, a Pesquisa é realizada em um final de semana com e outro sem Vesperata. Nesta edição, excepcionalmente, houve uma Vesperata extra, para grupo fechado, no fim de semana em que previa-se não haver.

Com tais critérios e com base no histórico das edições anteriores, criou-se a tabela abaixo, que inclui os locais, datas e horários de aplicação além de, nesta edição, estimar os dias adequados e a quantidade de pesquisadores em cada local.

Tabela 1 – Distribuição da Pesquisa

		Sex	sab	Dom	seg	Ter	qua	Qui	Sex	sab	Dom
		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Casa de Chica da Silva	M 08h às 13h			2							2
	T 12h às 17h	1	3			1	1	1	1	3	
Museu Casa de JK	M 08h às 13h		1	2						2	2
	T 13h às 17h	1	2					1	1	2	
Igreja do Amparo	M 09h às 12h	1		1					1		1
	T										
Igreja do Rosário	M 08h às 12h			1		1					1
	T										
Casa da Glória	M 08h às 13h	1	2				1		1	2	
	T 13h às 18h	1	2						1	2	
Museu do Diamante	M 9h às 12h										
	T 12h às 17h30	1	1			1		1	1	1	
Mercado (incluindo Seresta sexta à noite)	M 9h às 13h	1	3						1	3	
	T 13h às 18h		1							1	
	N 20h às 23h	2							2		

Como nas outras edições, esses locais de visitação receberam antes do início da aplicação da Pesquisa, ofícios dos Professores responsáveis informando acerca do período de realização da PDTD.

A técnica de coleta de dados empregada baseou-se no uso de um questionário estruturado subdividido em “Característica da Viagem”, “Motivações”, “Percepções e Expectativas”, “Instituto Estrada Real” e “Dados Estatísticos”, com 8 questões fechadas, 13 semi abertas, 3 abertas e a

questão 16 é subdividida em 25 questões de escala entre ótimo e péssimo, com a opção “não usou / não sabe”, totalizando 55 questões.

Optou-se por esta estrutura de instrumento de pesquisa, a fim de possibilitar a aquisição de dados qualitativos, sem descaracterizar o enfoque quantitativo da pesquisa. Dessa forma, sintetiza-se esta Pesquisa como sendo quantitativa, descritiva, por amostragem (DENCKER, 2007). O instrumento de coleta de dados, que originou o *template* passado para os *Palm® Tops* figura nos elementos pós-textuais deste documento como Apêndice A. Os alunos contaram, novamente, com o recurso de uma ‘Ficha de auxílio para aplicação de Pesquisa’, instrumento usado nos momentos das questões com muitas alternativas de respostas, bem como, questões consideradas embaraçosas, como por exemplo, ‘Renda Média Familiar Mensal’. Este instrumento é apresentado como Apêndice B.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 16 e 25 de maio de 2014 e resultou no total de aplicação de 126 (cento e vinte e seis) questionários, dos quais 122 (cento e vinte e dois) foram considerados como válidos pelos coordenadores da PDTD, e 4 (quatro) descartados por falhas no preenchimento ou informações desconstruídas.

É importante ressaltar três peculiaridades desta edição. A primeira foi a coincidência com a Semana de Integração da UFVJM (SINTEGRA), que desviou um pouco a demanda, como pode ser percebido em algumas das respostas. A outra foi a realização de um concurso público no domingo do primeiro final de semana da pesquisa, que alterou um pouco o tipo de frequentador da cidade, e seus hábitos de viagem, como consequência. Por fim, o fato de que a Casa da Chica da Silva esteve fechada ao público durante toda a pesquisa (e por mais tempo antes e depois do levantamento) em função da greve dos funcionários do IPHAN local, que funciona na Casa, o que alterou também o padrão de respostas de outras edições.

Considerando, para fins deste estudo que a demanda turística real de Diamantina seja estimada abaixo de 5000 visitantes, o universo pode ser enquadrado, segundo Rea e Parker (2002) como uma população pequena, o que dentro de um nível de confiança de 95%, coloca a margem de erro entre 5% e 10%. A estratificação proposta baseou-se no universo composto de chefes de família ou líderes de grupos, bem como turistas desacompanhados, acima de 15 anos de idade hospedados em hotéis, residências locadas, pousadas, albergues, residências de parentes e repúblicas/casa de amigos.

Os dados são apresentados na forma de gráficos e tabelas a fim de facilitar a visualização e a interpretação. Aqui ainda cabe destacar que o número de gráficos é superior ao número de questões apresentadas no instrumento de pesquisa, pois o tratamento dos dados, realizado pelos Professores Coordenadores da PDTD, permitiu cruzamentos gerando informações ainda mais interessantes para a análise do turismo diamantinense. O presente relatório contém ora tabelas-resumo de percentuais de respostas, ora gráficos dos principais resultados, com arredondamentos para números inteiros. Esses arredondamentos fazem com que em algumas tabelas de resultados de perguntas de resposta única, a soma dê 101% ou 99%. Optou-se pelo uso da suíte Microsoft Office para o tratamento dos

dados, por sua popularidade e conseqüente possibilidade de compartilhamento de informações entre os membros da equipe e demais parceiros da Pesquisa.

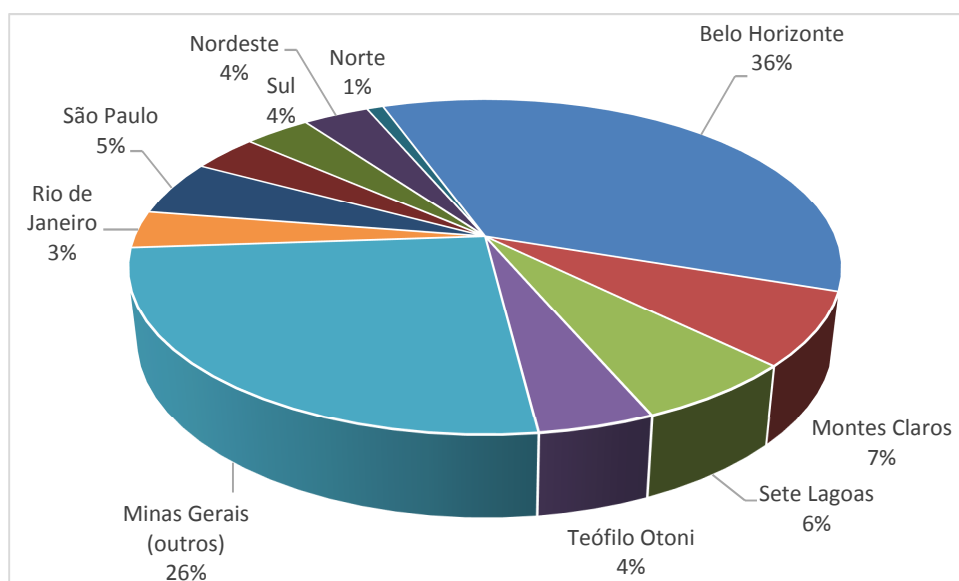
O projeto de pesquisa que originou o presente relatório foi apresentado à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFVJM tendo sido registrado sob o nº PRPPG/ 107/08.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 Características da Viagem

O bloco de questões ‘Características da Viagem’, tem como objetivo máximo identificar o perfil geral dos turistas, bem como descobrir de que forma organizam suas viagens.

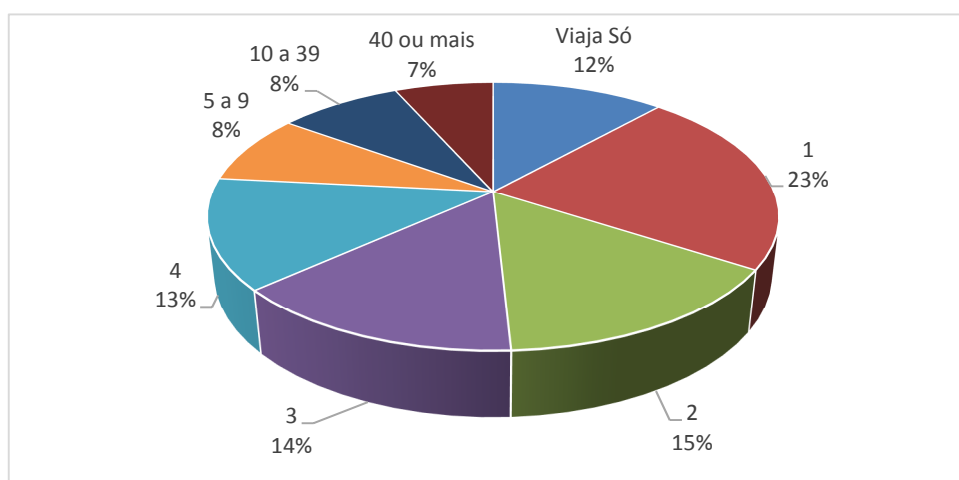
Gráfico 1 – Local de Residência Permanente



Esta edição da PDTD repetiu a tendência da demanda turística ser originada essencialmente no próprio Estado de Minas Gerais. No ano passado a soma dos respondentes de Minas Gerais havia caído para 74% e neste ano voltou a subir, chegando a 79% dos 122 respondentes. Belo Horizonte continua sendo o maior emissor, com pequena queda em relação à última edição, mas totalizando 36% dos entrevistados. Montes Claros, que normalmente figura entre as origens em destaque dentro do Estado, representou 7% nesta edição e Sete Lagoas 6%. A presença de Teófilo Otoni nesta edição foi mais representativa em virtude do SINTEGRA/UFVJM, já Ouro Preto que sempre está presente desta vez não foi destacada por não ter atingido mais de 1% dos respondentes. Os outros municípios de Minas Gerais somaram 26% dos respondentes. Dentro do sudeste, merecem destaque a

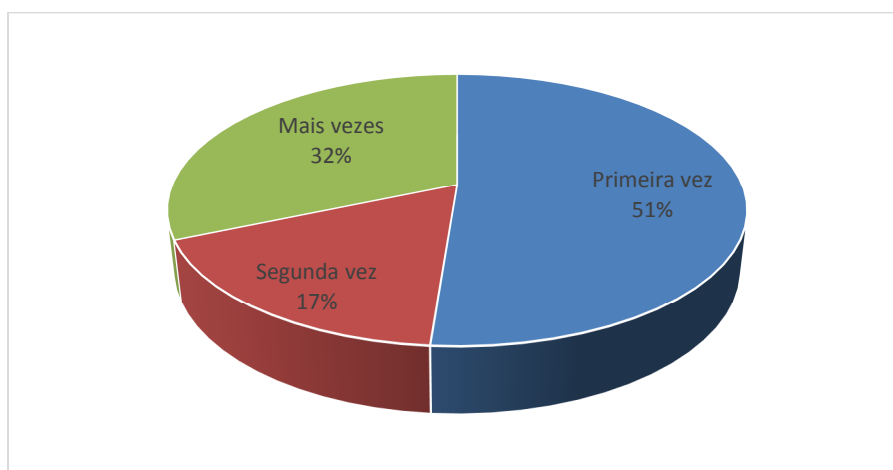
participação da cidade do Rio de Janeiro com 3% dos respondentes e da cidade de São Paulo que subiu nesta edição para 5%. As outras cidades da região somaram 4%. Outras características desta edição foram a ausência de entrevistados do centro-oeste e um número reduzido de nortistas (1%). O nordeste representou 4% dos entrevistados e o sul teve o mesmo percentual, ambos sem destaque a algum emissor específico. Por fim destaca-se a ausência de respondentes estrangeiros, o que pode ser resultado tanto da efetiva ausência de turistas estrangeiros no período da pesquisa, quanto da dificuldade por parte dos aplicadores em realizar a entrevista em outro idioma.

Gráfico 2 – Número de Pessoas na Viagem



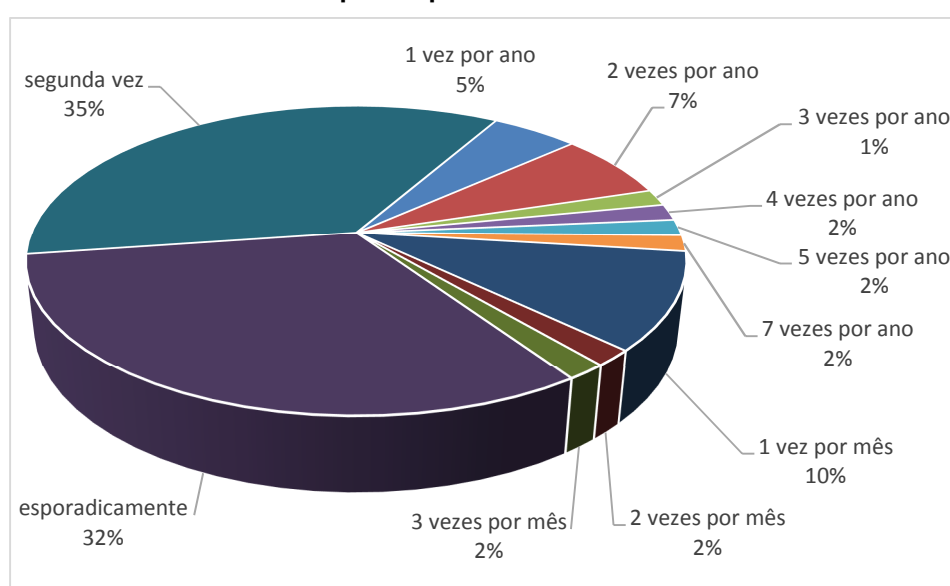
Nesta questão percebe-se o equilíbrio entre os que viajam em pequenos grupos, com uma diferença em relação aos anos anteriores relativa ao aumento dos que declaram viajar sós (12% nesta edição). Assim como nas edições passadas, um alto percentual da demanda, que neste ano subiu para impressionantes 77%, é composta por pessoas que afirmam viajar sós ou com mais 1, 2, 3 ou 4 pessoas, o que confirma o caráter familiar e de pequenos grupos que viajam juntos, enquanto que a quantidade de grupos com mais de 5 pessoas ficou com 33%.

Gráfico 3 – Primeira visita a Diamantina?



A taxa de retorno de turistas a Diamantina passou para 51% e entre os que já haviam estado na cidade anteriormente, a soma entre “segunda vez” e “mais vezes” totalizou 49%, o que mostra um número considerável de turistas que retornam à cidade, com um pequeno aumento na quantidade dos que estão em Diamantina pela segunda vez. O gráfico 4 apresenta a frequência de visita dos que se enquadram na opção “mais vezes”:

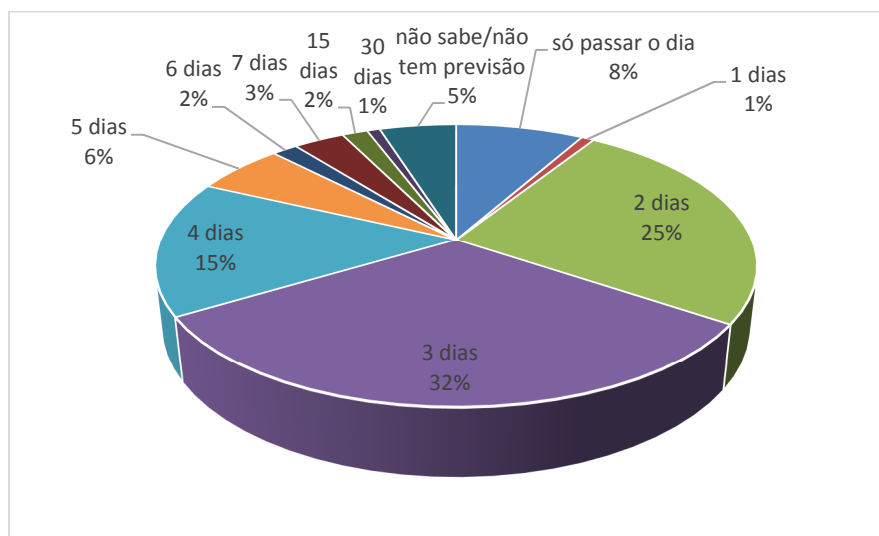
Gráfico 4 – Com que frequência visita Diamantina



Entre os que responderam vir a Diamantina “mais vezes”, há um número considerável de respondentes (32%) que afirma simplesmente vir esporadicamente e outros especificam frequência mensal ou anual, corroborando com as edições passadas. Assim, faz-se necessário também destacar as visitas anuais (uma ou várias) que chegam reduzir bastante dos 43% do ano passado para 20% dos entrevistados nesta edição. As mensais (uma ou mais) que somaram 11% na edição passada nesta edição passaram para 14%.

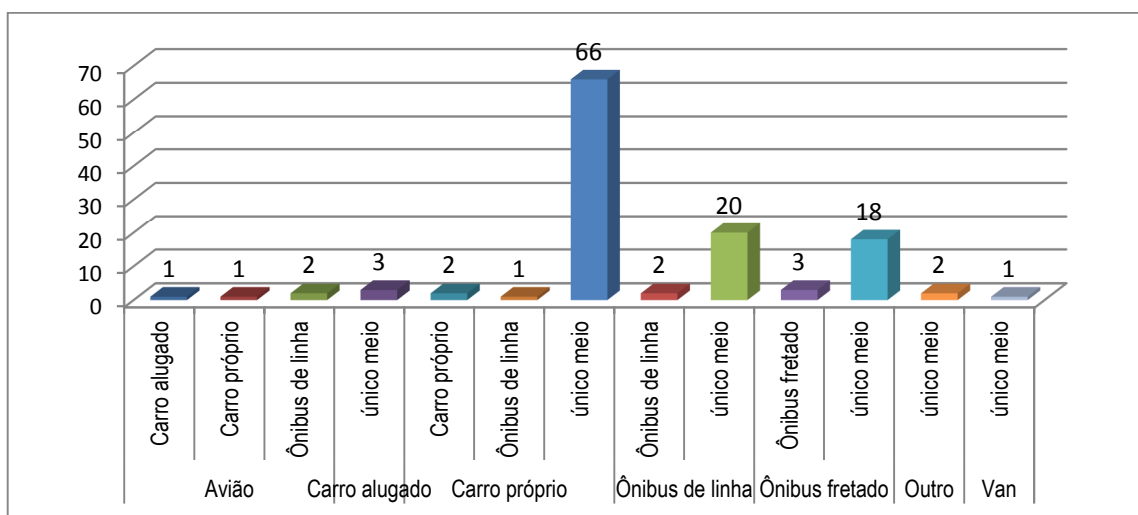
O importante é que estes dois gráficos, mesmo com um equilíbrio entre os visitantes que vieram pela primeira vez, ainda apontam para um alto número de reicidência de visita, ou seja, demonstra que o turista que conhece Diamantina tem motivos e interesses para continuar frequentando o destino. Este é um dado significativo, à medida que formas de fidelização de turistas são cada vez mais pesquisadas no mercado turístico.

Gráfico 5 – Tempo de Permanência



Este gráfico reitera uma característica peculiar do destino Diamantina: a oscilação sazonal, porém distinta dos destinos clássicos que costumam ter altas temporadas em períodos reduzidos do ano. No caso de Diamantina, essa redução se dá ao longo da semana. Percebe-se a duração da visita em média de 2 a 3 dias, respondido por 57% dos pesquisados, o que aponta para o desafio da estacionalidade da demanda turística, ou seja, fazer com que o turista permaneça por mais tempo no destino. Houve um aumento do período de 4 dias, possivelmente em decorrência do evento. Assim como nas edições passadas, chama atenção também o percentual de visitantes que mencionaram apenas passar o dia, que neste ano subiu de 4% para 8% das respostas (o que exclui os visitantes que ainda não haviam pernoitado).

Gráfico 6 – Principal Meio de Transporte



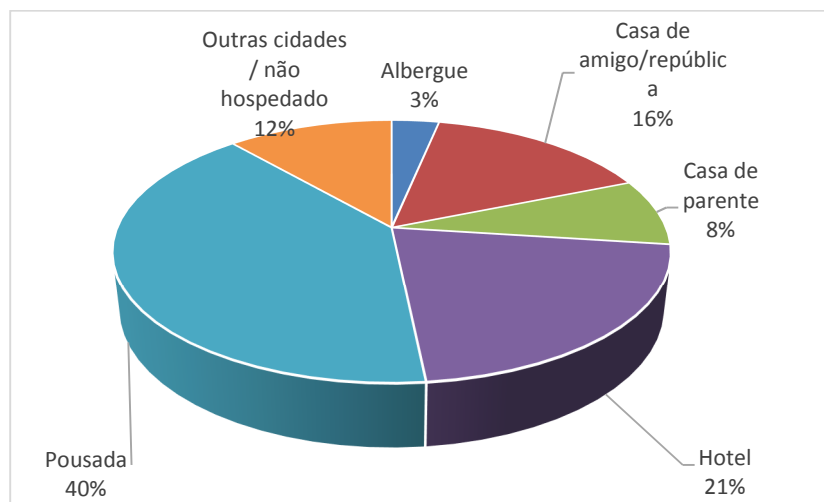
Como de costume, o uso intensivo de automóveis particulares foi destacado indo ao encontro do gráfico de nº 2, que apresentou o número de pessoas que acompanhavam o entrevistado na visita, formado por pequenos grupos familiares. O uso de ônibus fretados foi superado levemente pelo ônibus de linha, mas em termos gerais os automóveis particulares como único meio de transporte superaram 55% das respostas e o transporte rodoviário, como um todo, passa de 95%.

Como não existe mais transporte ferroviário de passageiros a Diamantina, muito menos fluvial, a questão neste gráfico que se repete em relação às edições anteriores da PDTD está relacionada à baixa utilização do modal aéreo de transporte. O fato de, novamente, apenas 4 turistas o terem utilizado, dos quais nenhum para chegar até Diamantina (já que o aeroporto local encontra-se sem voos regulares), sempre combinados a outros modais, demonstra a ineficácia do transporte aéreo para fins turísticos para Diamantina, e o descaso com suas possibilidades em termos de diversificação de mercados. Destaca-se que a cada uma das edições anteriores foi citado que o fato de se manter voos somente à capital do estado, e somente no final de semana, não era a estratégia mais adequada, pois o público que utilizava o transporte aéreo era, habitualmente, de fora do Estado de Minas Gerais.

As combinações de meios de transporte apresentadas apontam para a tendência de baixa intermodalidade nos transportes, e mesmo nos casos de uso combinado de meios de transporte é baixíssima a quantidade de respondentes que afirmam ter utilizado o transporte aéreo.

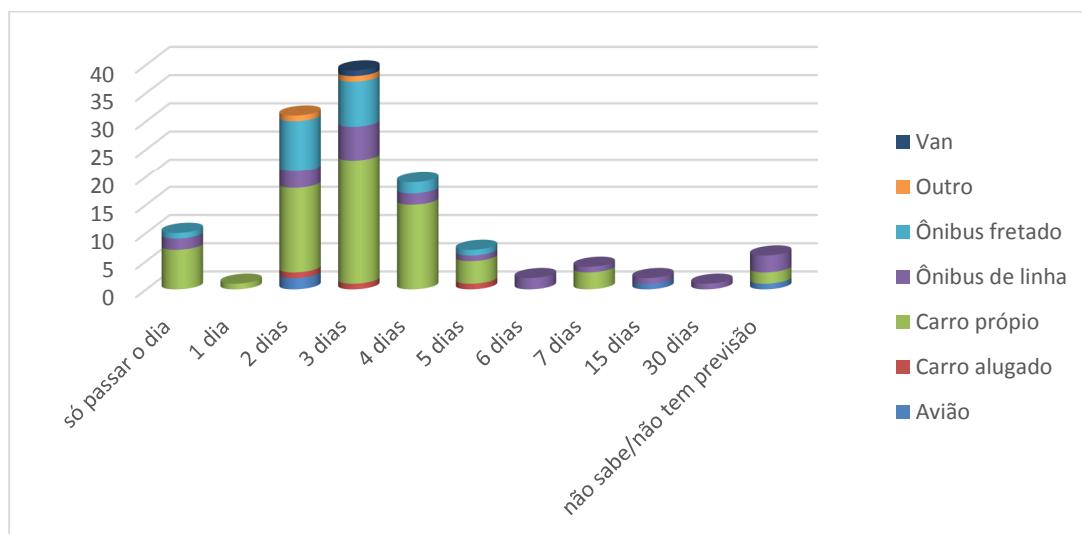
Com o destaque da concentração do transporte rodoviário, aponta-se para a importância das estradas no contexto turístico do estado e reforça a necessidade de análise do transporte rodoviário ser causa ou consequência do número elevado de turistas oriundos de Minas Gerais.

Gráfico 7 – Meio de Hospedagem



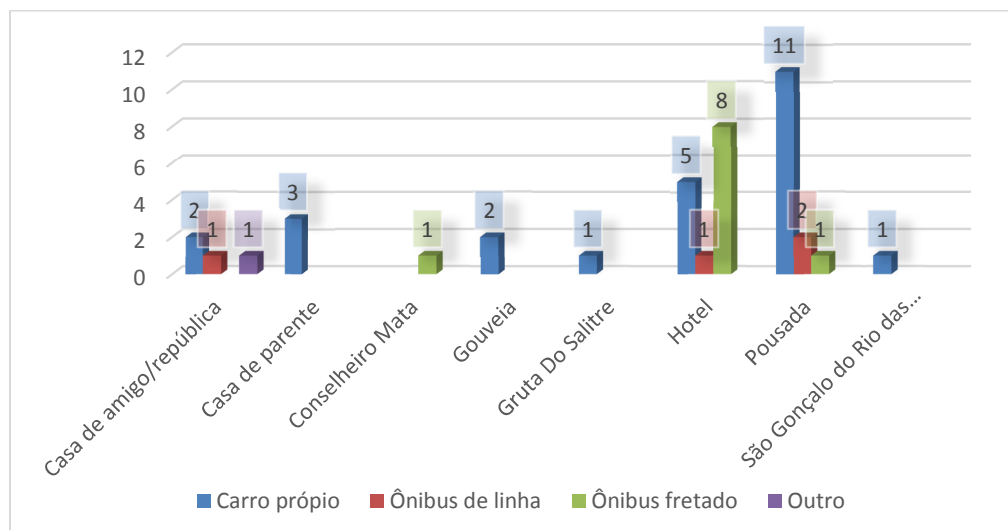
Neste gráfico percebe-se, ainda que com queda em relação a anos anteriores, a tendência de uso das pousadas (40%) como meio de hospedagem, seguida pelo hotéis (21%) com elevação em relação a nos anteriores. Entretanto, chamou novamente a atenção a soma dos meios de hospedagem informais, como casa de parente, amigo, república que subiram para 24% das respostas e que sempre se fazem presentes a cada Edição da pesquisa. Destaca-se também, nesta edição, o aumento de respondentes que estavam hospedados no Albergue (3%).

Gráfico 8 - Relação entre Meio de Transporte e Tempo de Permanência

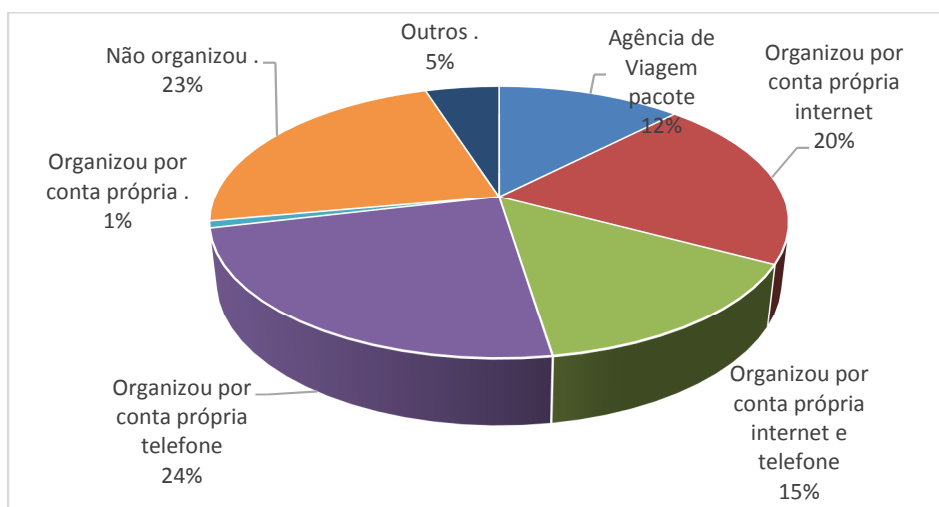


O tempo de permanência dos turistas em relação ao meio de transporte mostra-se novamente bastante diversificado, com especial destaque ao uso de automóveis, presente em quase todas as categorias, assim como o ônibus de linha parece bastante presente. A próxima fatia representativa é a de usuários de ônibus fretados, tiveram especial destaque nas categorias 2 e 3 dias. As Vans aparecem nas opções de 2 e 3 dias, além da categoria só passar o dia.

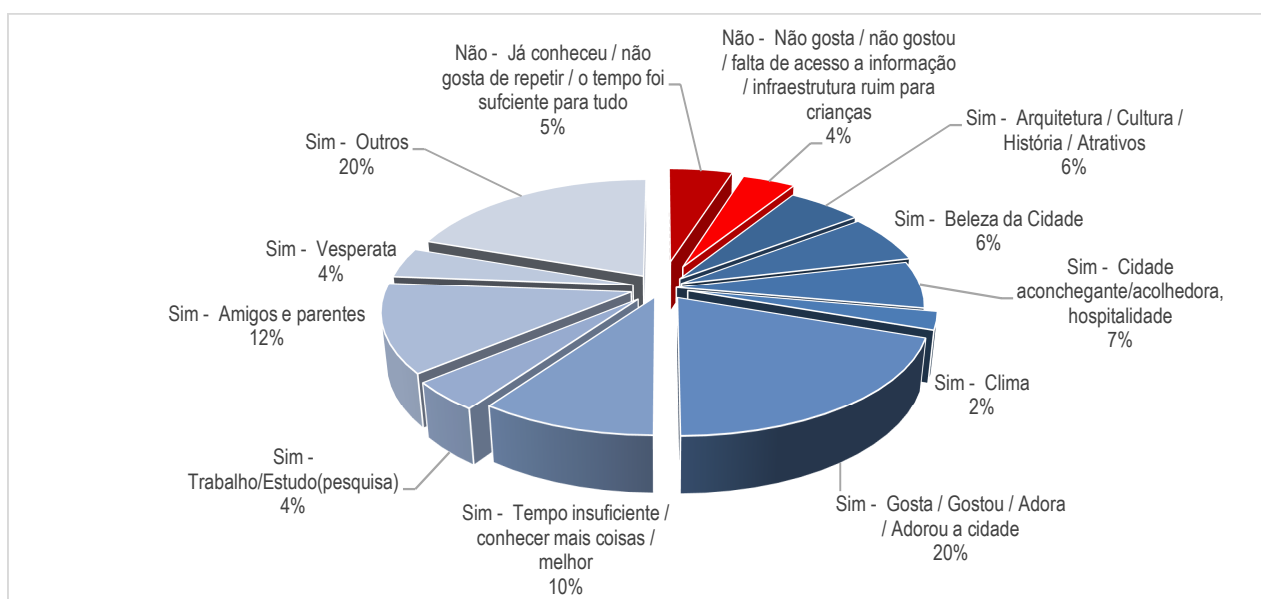
Gráfico 9 - Relação entre meio de Transporte e Hospedagem – demanda de Belo Horizonte



Uma vez que o principal público de Diamantina é o turista oriundo de Belo Horizonte, detalha-se no gráfico 9 esse segmento. Nota-se de princípio que há uma grande representatividade de viajantes que utilizam carros particulares frequentando, especialmente, pousadas, seguido por hotéis. Na opção de ônibus fretado o principal uso nesta edição foram os hotéis, seguido pelas pousadas. Este gráfico vem ao encontro de edições passadas, quando também se comprovou que existe uma tendência de preferência de viajantes em carro próprio escolherem pousadas e hotéis.

Gráfico 10 – Forma de Organização da Viagem

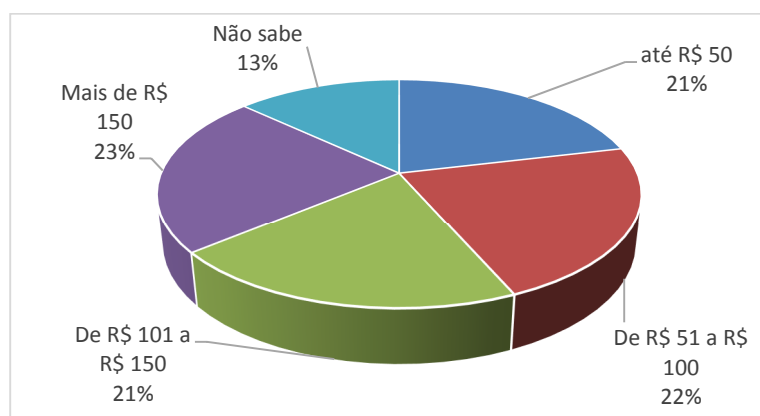
O interessante deste gráfico é ser o retrato fiel e a comprovação dos de número 2, 3, 4, 6 e 7. Por um lado tem-se o alto percentual de 23% das pessoas que não organizaram suas viagens, caracterizando os turistas que frequentam Diamantina esporadicamente (gráfico 4), ou seja, que estão habituadas e familiarizadas com o destino. Por outro lado, o gráfico apresenta índices altos de pessoas que organizaram a viagem por conta própria por telefone (24%) ou pela internet (20%) ou unindo os dois (15%), praticamente inalterados em relação ao ano passado, de maneira que é possível reconhecer o turista que vem em carro próprio (gráfico 6), acompanhado de poucas pessoas (gráfico 2) e se hospeda em pousadas (gráfico 7). Por fim, a quantidade de 12% diz respeito ao entrevistado que veio à Diamantina em viagem organizada (pacote), com considerável redução em relação ao ano anterior, caracterizando aqueles que vêm em veículo fretado (gráfico 6).

Gráfico 11 – Intenção de Retorno

O alto grau de intenção de retorno aponta novamente para um destino turístico com grande potencial e que apresenta uma demanda considerada fiel. Este gráfico também vai ao encontro do de número 4 relativo à frequência de visita a cidade.

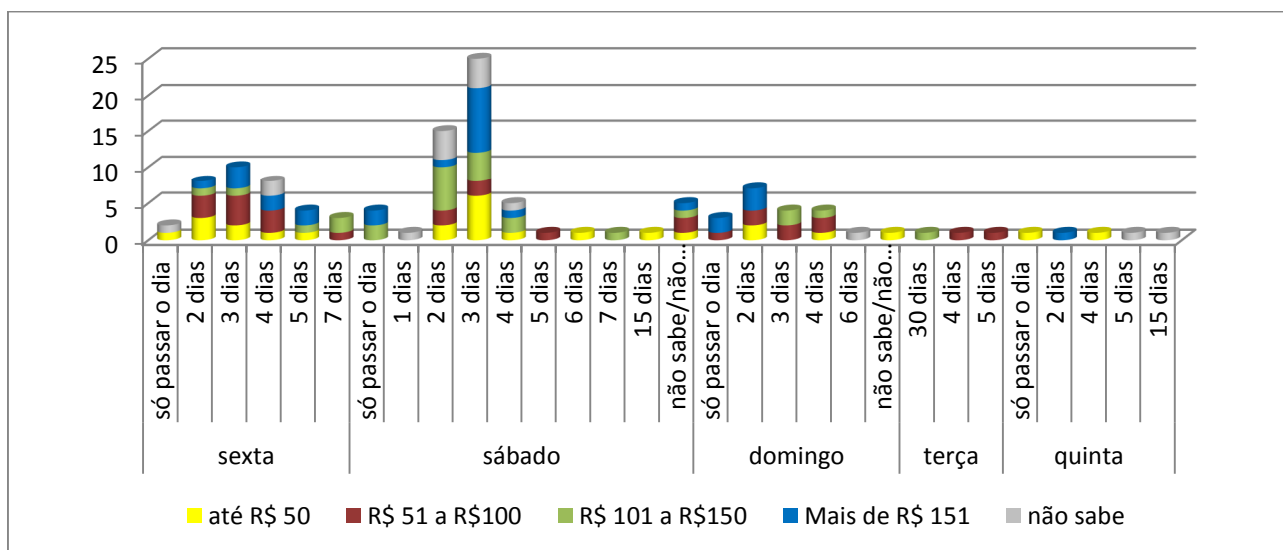
Assim como na edição passada, a principal soma de intenção de retorno está, nesta edição, relacionada à conexão que já existe entre turista e destino: 20% dos respondentes pretendem voltar simplesmente porque gosta/gostou/adora/adorou Diamantina, e neste ano 10% mencionam não ter tido tempo de ver tudo. Os 9% oriundos de respostas negativas ao retorno são relativamente baixos (ainda que tenham quase dobrado em relação a anos anteriores). As demais respostas apontam que Diamantina encanta e cativa, por diferentes razões.

Gráfico 12 – Gasto Médio Diário



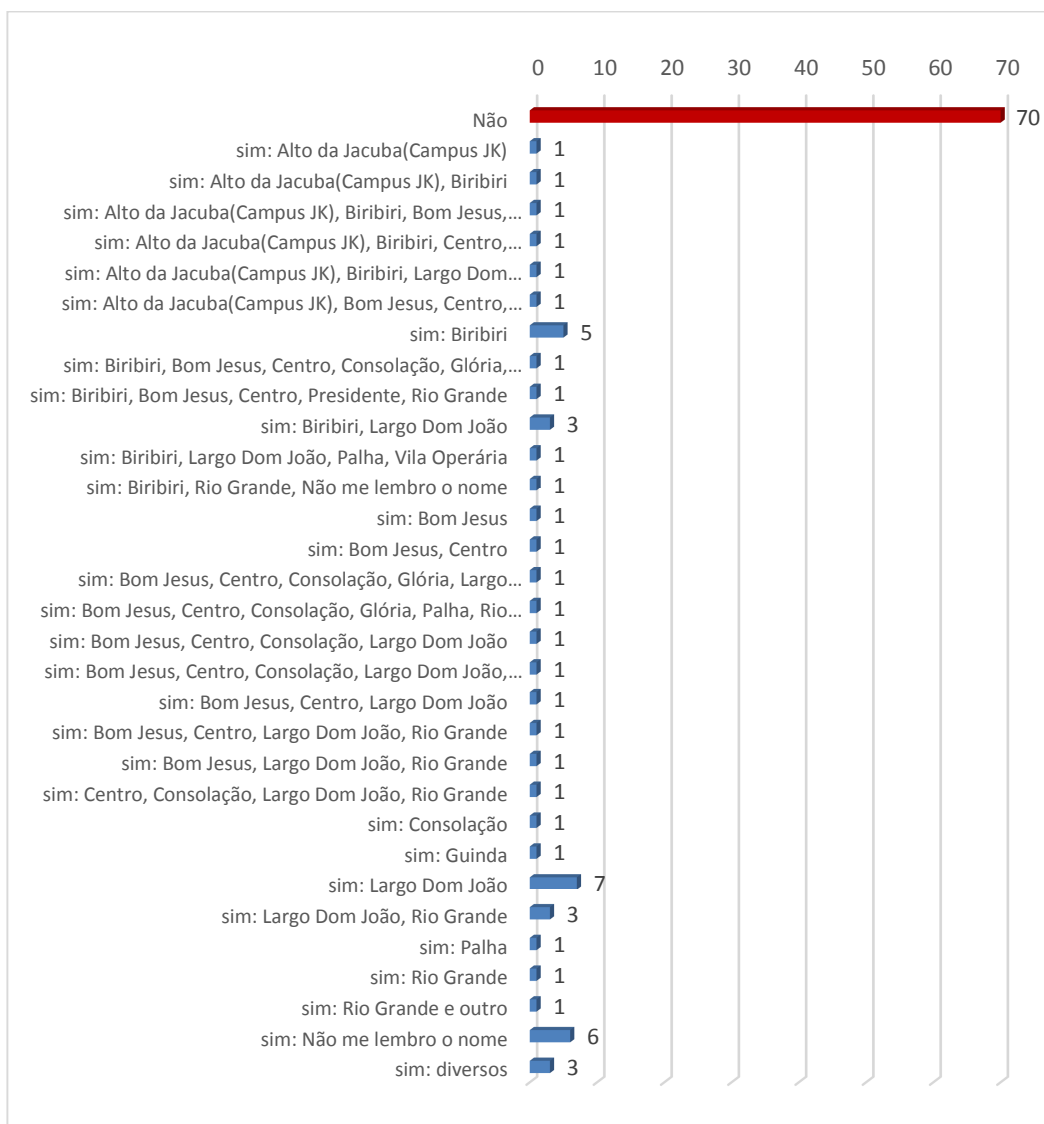
O gasto médio diário apresentado exclui os relativos à hospedagem. Considerando que esse gasto médio diário dos turistas entrevistados trata de despesas no destino tem-se um valor razoável com os mais altos percentuais apontando para gastos acima de R\$ 151,00. Mas muito equilibrados entre as fatias. Entre R\$101,00 e R\$150,00 foram 21%, outros 22% indicando que pretendem gastar entre R\$51,00 e R\$100,00 e 21% afirmaram pretender gastar até R\$50,00.

**Gráfico 13 - Quanto planeja gastar por dia e quantos dias pretende ficar
(com base no dia da semana em que se realizou a entrevista)**



Procurou-se identificar aqui, de acordo com o dia da semana em que a entrevista foi feita, qual a intenção de gasto e o tempo previsto de permanência. O gráfico apresenta alguns dados que podem ser úteis para a estruturação do destino, destacando-se, em primeiro lugar, a discrepância entre o número de visitantes entrevistados durante a semana em relação aos entrevistados no fim-de-semana. Outro destaque é, novamente, o fato da intenção de gastos aumentar a partir da sexta-feira, destacando que os que estiveram em Diamantina durante o sábado e cuja permanência prevista seria de 2 a 3 dias, reforçando uma tendência já percebida em outras edições de que os visitantes do fim de semana além de mais numerosos são, também, os que mais tencionam gastar. Nesta edição houve variações de previsão de permanência citadas pelos entrevistados, especialmente no sábado.

Gráfico 14 – Conheceu outros Bairros

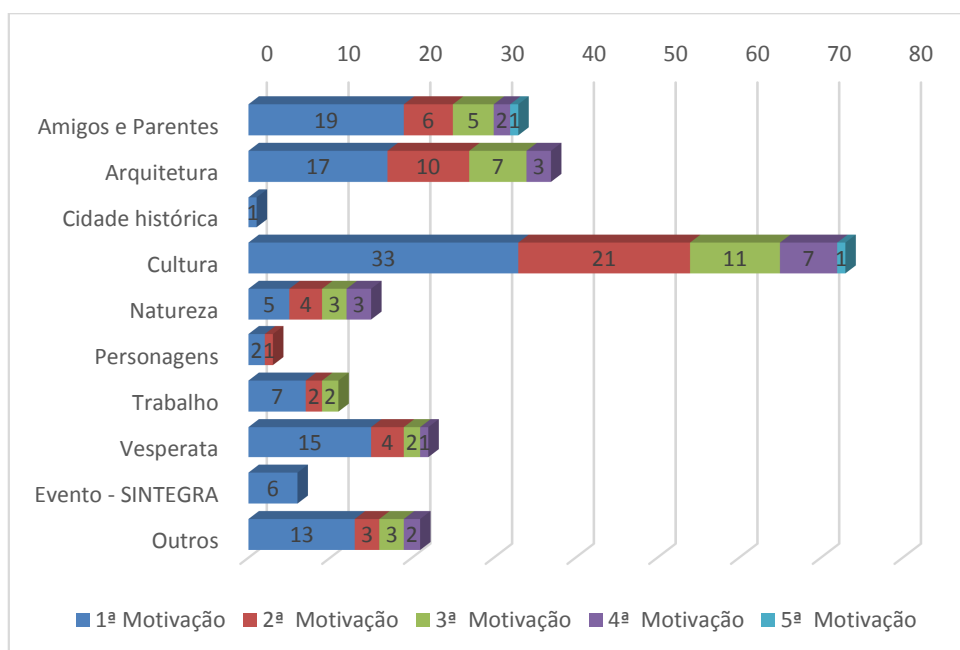


O potencial do destino, percebido ao longo de todas as edições da PDTD é reforçado aqui, uma vez que 70 respondentes afirmaram não ter visitado outros bairros. Reitera-se nesta edição que isto pode apontar para a carência de informação estruturada acerca da oferta turística de Diamantina para além do centro histórico, ou até mesmo ausência de informação espacial, já que muitos podem ter visitado outros bairros sem ter a noção de qua haviam deixado o centro de Diamantina.

4.2 Motivações

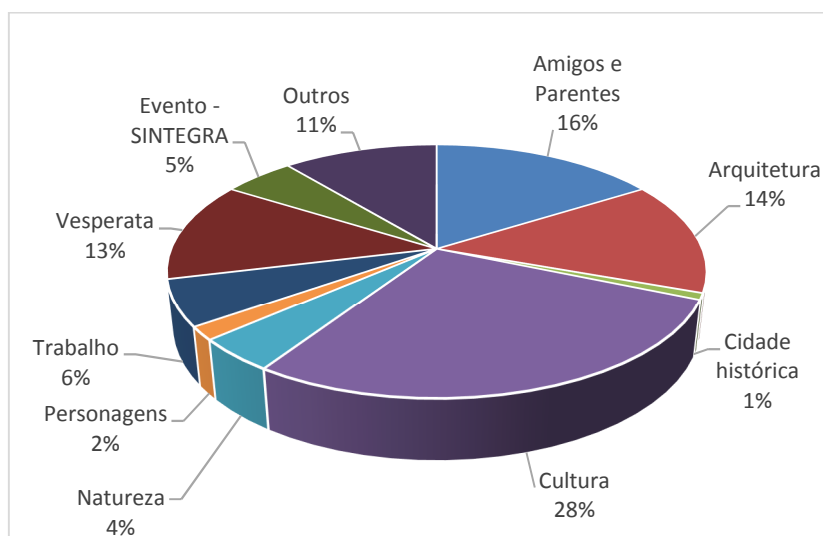
Assim, como conhecer os motivos que trazem as pessoas a Diamantina é um fator fundamental para estruturar o destino e planejar desde o dimensionamento da oferta até a forma de promoção, nesta edição, assim como a de 2013, optou-se por desmembrar a interpretação dos dados entre motivação principal e as demais citadas. As motivações mencionadas pelos respondentes como um todo, mesmo que tenham sido mencionadas outras razões, são apresentadas no gráfico 15 e a primeira motivação mencionada foi isolada no gráfico 16.

Gráfico 15 – Motivação Geral

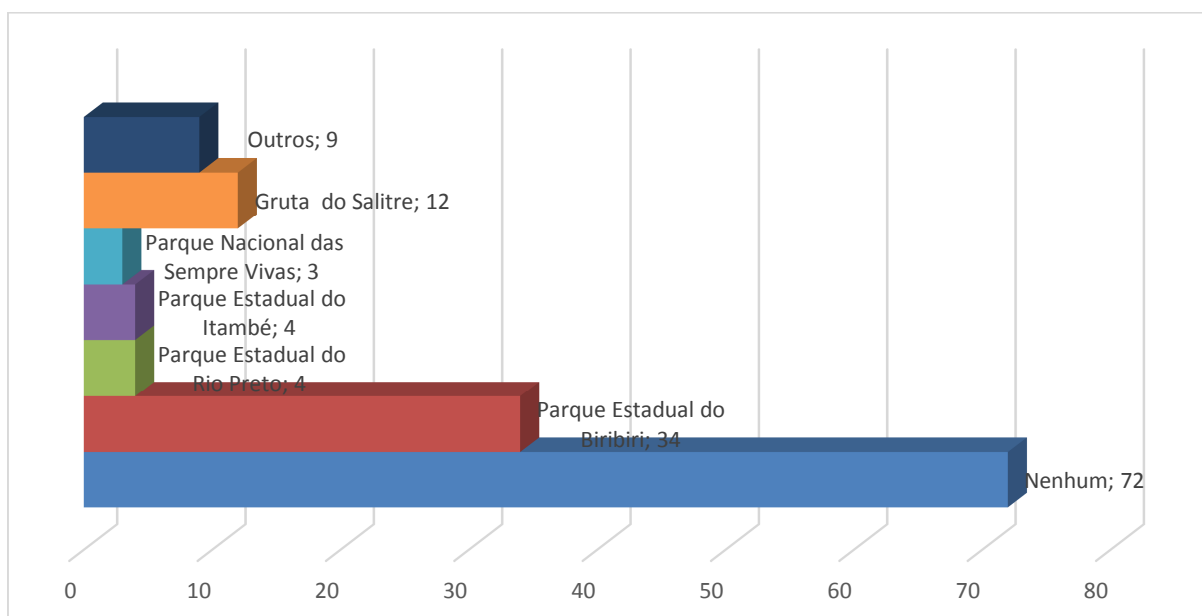


Este gráfico aponta de uma só vez as motivações em geral, destacando em que ordem foram mencionadas pelos turistas. Mais uma vez a concentração de respostas acontece na motivação cultural, em 1º lugar isolado, Arquitetura (2º lugar) e visita a Amigos e Parentes (3º lugar). Esta última ultrapassou novamente a Vesperata, o que não parece indicar um fato isolado, já que ocorreu tanto nesta edição quanto na anterior. Reforça-se a tendência de um novo perfil motivacional que se caracteriza pelas transformações da própria cidade. Essa última hipótese vem se consolidando dada a manutenção dessa variável motivacional em destaque, nas últimas edições. Outro fator em destaque nesta edição foi a motivação relacionada ao SINTEGRA e o aumento da variável “outros” possivelmente em virtude do concurso.

No gráfico a seguir, quando se isola a primeira motivação citada na entrevista, a fim de possibilitar comparações com as edições anteriores da pesquisa, o cenário é parecido, mas o destaque para a cultura é maior, já que as variáveis são apresentadas em percentuais.

Gráfico 16 – Motivação Mencionada em Primeiro Lugar

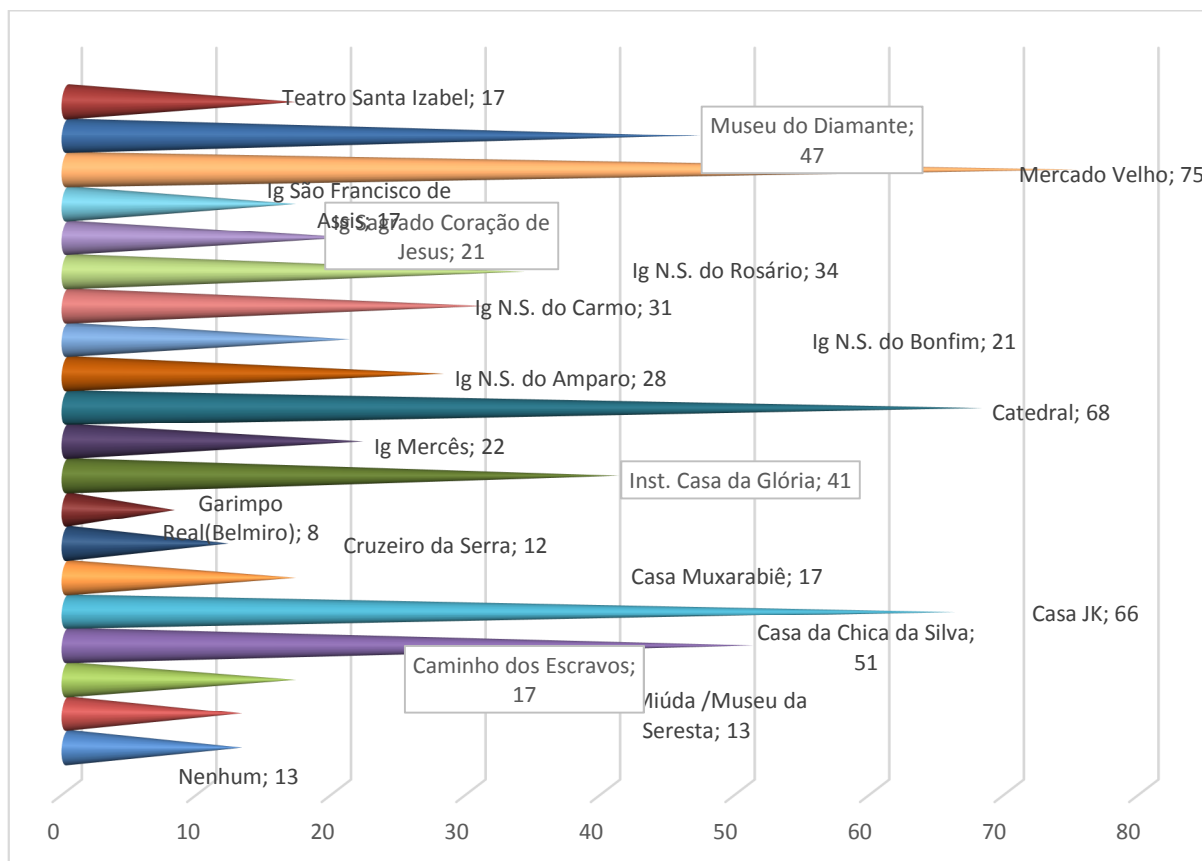
Percebe-se que neste caso Cultura, Arquitetura, Vesperata e Personagens somadas contemplam 57% das menções, o que denota um caráter eminentemente cultural à cidade, mantendo a característica percebida em todas as outras edições da PDTD. As questões laborais, representadas pelas variáveis trabalho e evento, e, as vistas a amigos/parentes como primeira opção seguem se apresentando como fatias importantes com 11% e 16%, respectivamente. Por fim, fica claro que a Natureza é, ainda, uma motivação secundária, com apenas 4% das menções.

Gráfico 17 – Atrativos Naturais Visitados

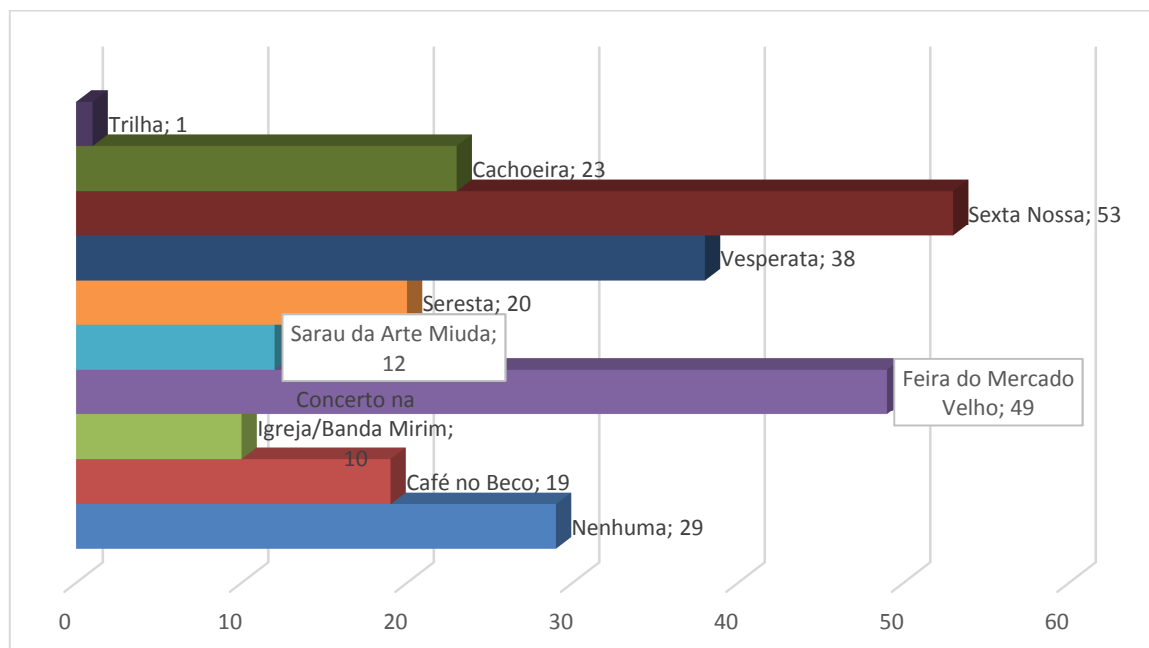
A proporção dos dados desse gráfico é a mesma de edições passadas. Ou seja, novamente um número significativo de respondentes não visitou nenhum atrativo natural: 72 ao todo. Entre os turistas que mencionaram ter visitado algum atrativo natural novamente os mais mencionados foram

o Parque Estadual do Biribiri - PEB com 34 menções, seguido pela Gruta do Salitre com somente 12 respostas.

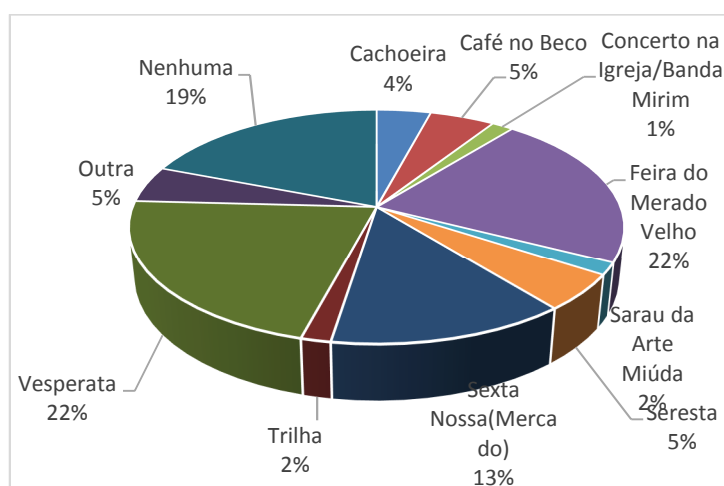
Gráfico 18 – Atrativos Culturais



O gráfico acima junta todos os atrativos mencionados pelos respondentes, e, portanto, não soma 100%. Pode-se perceber um certo equilíbrio entre três dos atrativos que mostram tendência a serem os mais citados: Mercado Velho (75 citações) sempre liderando, a Catedral (68) e a Casa de JK (66). Mesmo fechada, a Casa de Chica da Silva foi citada 51 vezes, ficando na quarta posição nesta edição.

Gráfico 19 – Atividades Frequentadas

O gráfico de nº 19 representa a questão que sofreu pequena modificação desde as edições passadas, com a inclusão de atividades ligadas à natureza. Foi possível constatar uma melhora em relação à primeira edição em que as atividades no meio natural cresceram: o número de menções as Cachoeiras (que foram apenas 5 em 2011-2, 30 em 2012, 21 em 2103) com 23 citações, além das Trilhas também terem sido mencionadas, ainda que por apenas 1 respondente. De qualquer forma, ainda é pouco expressiva participação em atividades naturais em relação às culturais, indo esse gráfico novamente ao encontro dos de número 15, 16 e 17, nos quais a natureza não aparece em destaque. Por outro lado, esse gráfico altera tendência percebida em outras edições: sempre em primeiro lugar aparecia a Feira do Mercado Velho de sábado de manhã, que nesse ano com 65 citações ficou pela primeira vez atrás da Sexta Nossa que acontece à noite e que foi mencionada 53 vezes, a frente também da Vesperata que foi citada por 38 respondentes.

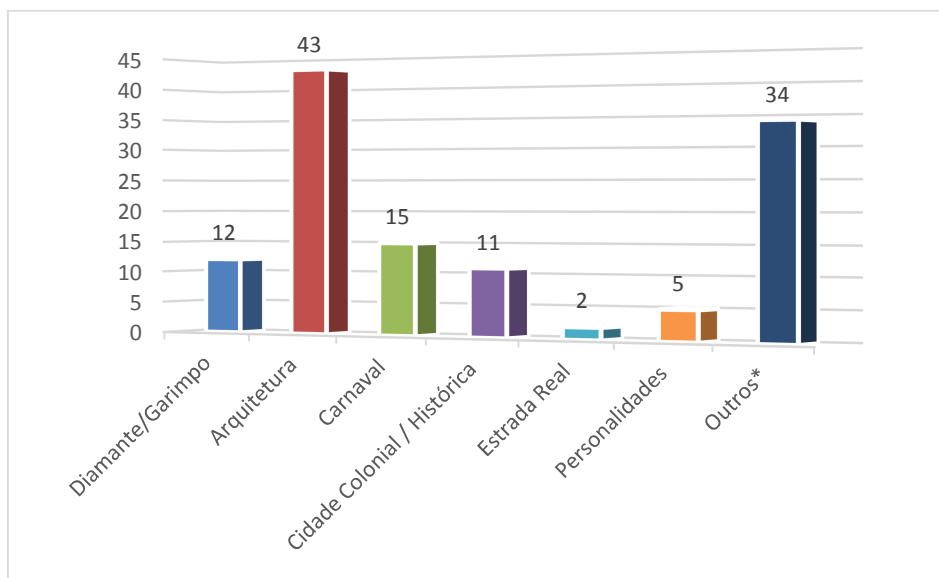
Gráfico 20 – De qual Atividade Mais Gostou?

Porém, em termos de evento mais apreciado a Vesperata e a Feira de Sábado tiveram mais menções (22% cada), ficando a Sexta Nossa em terceiro lugar. Também aparece ainda em destaque a opção Nenhuma (19%). Pela segunda vez nessa questão, também timidamente, aparecem atividades relacionadas ao meio natural com Cachoeiras (4%) e Trilhas (2%) sendo mencionadas. Vale destacar também que se somadas todas as atividades com música, incluindo as atividades no Mercado Velho, Vesperata, Seresta, Café no Beco, Sarau da Arte Miúda etc., tem-se um 70% das menções, novamente destacando a musicalidade diamantinense.

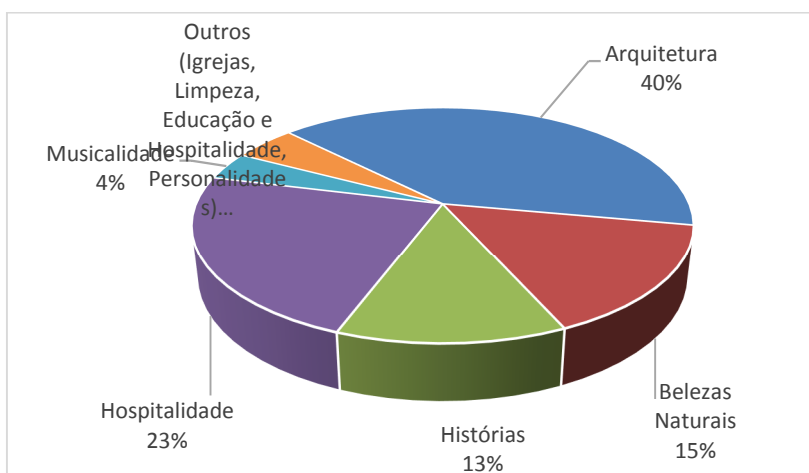
4.3 Percepções e Expectativas

Aqui o objetivo é detectar a imagem do destino para os turistas entrevistados, além de identificar as expectativas destes visitantes e se estas foram atendidas no destino.

Gráfico 21 – Imagem da Cidade Anterior à Visita



Este gráfico segue o padrão das edições anteriores, ainda que em ordem diferente, com mais citações entre uma variável e outras, as mesmas imagens se mantêm nos primeiros lugares: Arquitetura citada 43 vezes nessa edição, Carnaval com 15 citações, Diamante/Garimpo mencionada por 12 respondentes, e Cidade Colonial com 11 menções. Essas variáveis seguem representando a imagem que os turistas possuíam de Diamantina antes de conhecê-la pessoalmente. Mais uma vez, a curiosidade fica à cargo do carnaval, uma vez que o evento destoa das demais variáveis mencionadas, como: personalidades, pedras/rochas, Estrada Real.

Gráfico 22 – O que mais Surpreendeu

Novamente, como já tem sido tradição nas edições da PDTD, o encantamento principal dos turistas entrevistados foi com a Arquitetura (40%), o que pode demonstrar duas possibilidades: os que já tinham essa imagem, ainda assim, se surpreenderam ao comprová-la; ou os que tinham outra ideia da cidade foram surpreendidos por sua arquitetura. Em qualquer uma das possibilidades é certo que o esforço para que se mantenham as características arquitetônicas de Diamantina tem surtido efeito. Assim como nas edições recentes (2011 1 e 2; 2012 e 2013) a boa surpresa se repetiu nessa: as Belezas Naturais foram citadas como fator de encantamento, aumentando nesta edição para 15% dos entrevistados, o que demonstra a potencialidade natural latente. Já a Hospitalidade do diamantinense foi reconhecida como fator de encantamento por 23% dos entrevistados.

Considerando-se que não apenas com potencialidades é possível desenvolver um turismo de qualidade, buscou-se novamente avaliar em seguida, a satisfação em relação à estrutura turística em geral, fazendo-se uso de perguntas específicas para avaliação entre ótimo e péssimo, com uma opção de “não sabe/não usou”, como é mostrado na tabela a seguir e representado em gráfico na sequência:

Tabela 2 – Estrutura Turística

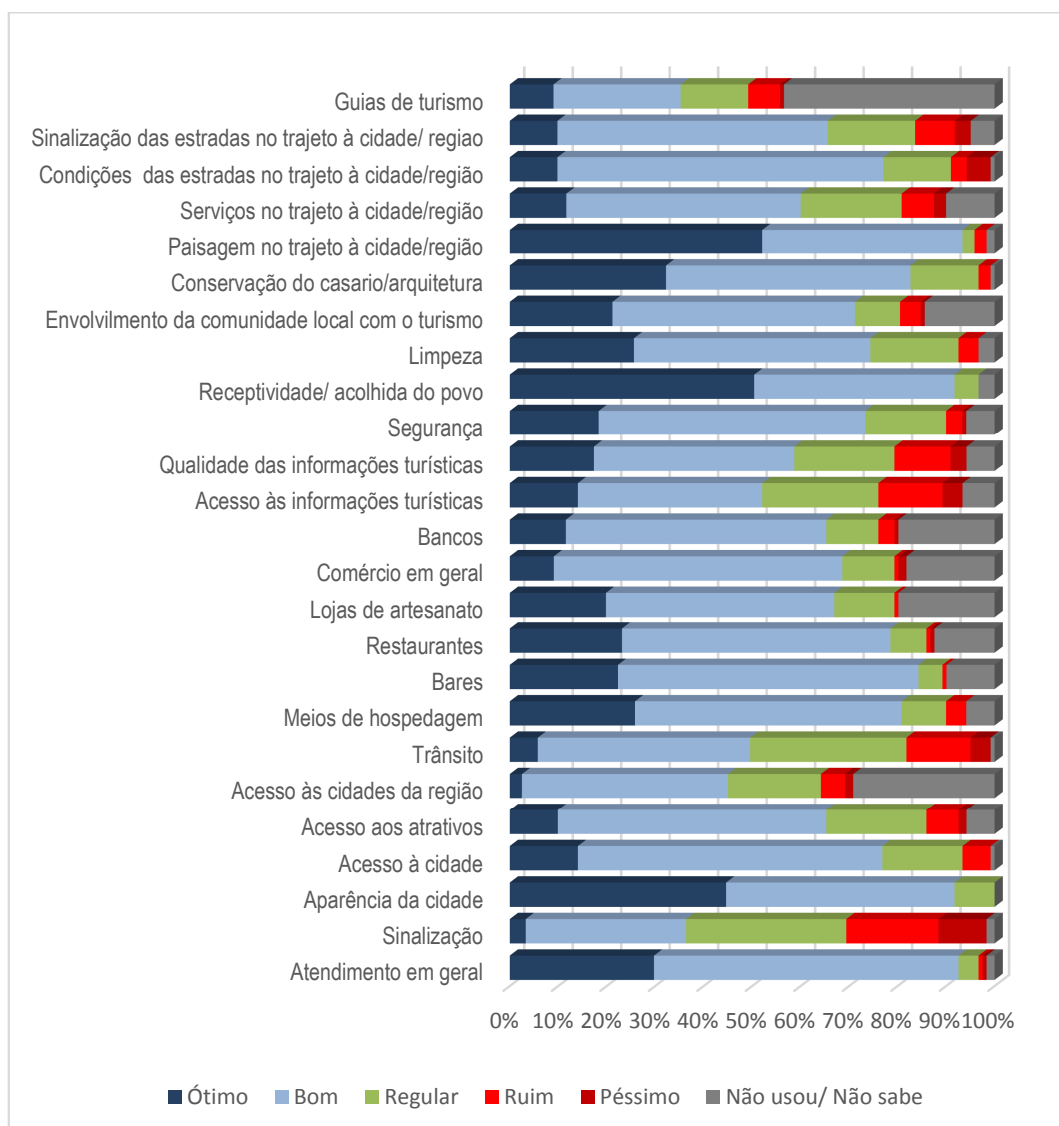
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não usou/ Não sabe
Atendimento em geral	36	76	5	1	1	2
Sinalização	4	40	40	23	12	2
Aparência da cidade	54	57	10	0	0	0
Acesso à cidade	17	76	20	7	0	1
Acesso aos atrativos	12	67	25	8	2	7
Acesso às cidades da região	3	51	23	6	2	35

Trânsito	7	53	39	16	5	1
Meios de hospedagem	31	66	11	5	0	7
Bares	27	75	6	1	0	12
Restaurantes	28	67	9	1	1	15
Lojas de artesanato	24	57	15	1	0	24
Comércio em geral	11	72	13	1	2	22
Bancos	14	65	13	4	1	24
Acesso às informações turísticas	17	46	29	16	5	8
Qualidade das informações turísticas	21	50	25	14	4	7
Segurança	22	66	20	4	1	7
Receptividade/ acolhida do povo	61	50	6	0	0	4
Limpeza	31	59	22	5	0	4
Envolvimento da comunidade local com o turismo	25	59	11	5	1	17
Conservação do casario/arquitetura	39	61	17	3	0	1
Paisagem no trajeto à cidade/região	63	50	3	3	0	2
Serviços no trajeto à cidade/região	14	58	25	8	3	12
Condições das estradas no trajeto à cidade/região	12	82	17	4	6	1
Sinalização das estradas no trajeto à cidade/ região	12	68	22	10	4	6
Guias de turismo	11	32	17	8	1	53

Sendo esta questão de múltipla escolha e considerando este um panorama geral dos serviços necessários para o turismo e ao turista, optou-se por apresentar os resultados na forma de tabela, já que cada uma das variáveis analisadas, por si só, já geram outros questionamentos. As respostas para a grande maioria dos itens tiveram como ‘bom’ os mais citados, caracterizando que o nível de satisfação é alto, mas que ainda existem pontos a serem melhorados. Também vale destacar os índices de ‘não sabe’, o que demonstra ou uma impossibilidade de julgamento, ou que esses serviços não foram utilizados pelos turistas. Neste último caso, tais índices apresentam pontos negativos em determinadas variáveis, como no “acesso às outras cidades da região”, que aponta para o longo caminho que Diamantina tem a percorrer como sede do Circuito dos Diamantes; ou ainda “bancos” o que mostra que o público de fim de semana conta pouco com esses serviços que são prestados somente por quatro instituições. Assim como em 2012 e 2013, o maior índice dessa resposta foi para o item “guia de turismo”, reiterando o caráter de serem turistas independentes.

Mais especificamente acerca dos itens avaliados que receberam um número considerável de avaliações que inspiram cuidado e ação específica, faz-se necessário considerar que duas delas estão relacionadas a questões de tráfego de veículos; enquanto que a última refere-se especificamente ao turismo. A primeira é a Sinalização com citações como regular, ruim e péssimo somando 75 citações; em seguida na tabela aparece o Trânsito também com altos índices negativos somando 60 menções; e por fim, o Acesso às Informações Turísticas, que precisa ser monitorada, pois foi mencionada como regular por 29 respondentes, como ruim e péssimo por 21 respondentes.

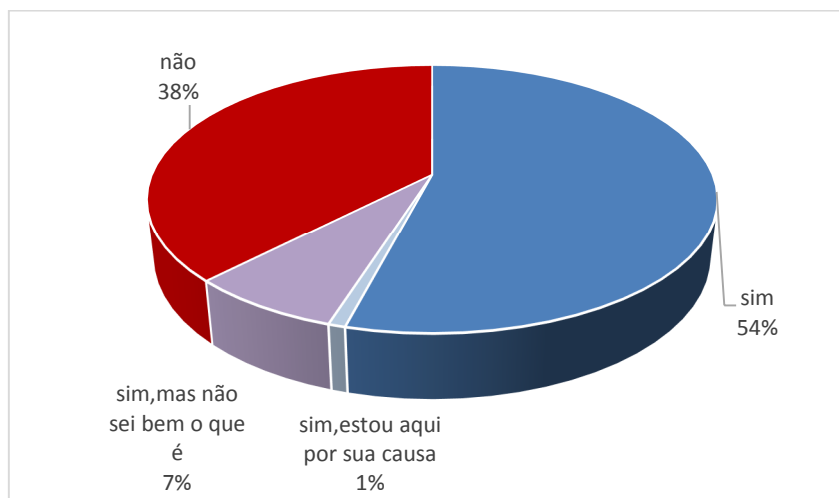
Cabe ainda destacar que estas mesmas variáveis – Sinalização, Trânsito e Acesso às Informações Turísticas – tiveram essa mesma ordem (negativa) nas edições de 2012 e 2013, caracterizando uma realidade que precisa ser trabalhada. As respostas como um todo podem ser visualizadas no gráfico que segue:

Gráfico 23 – Avaliação da Estrutura Turística

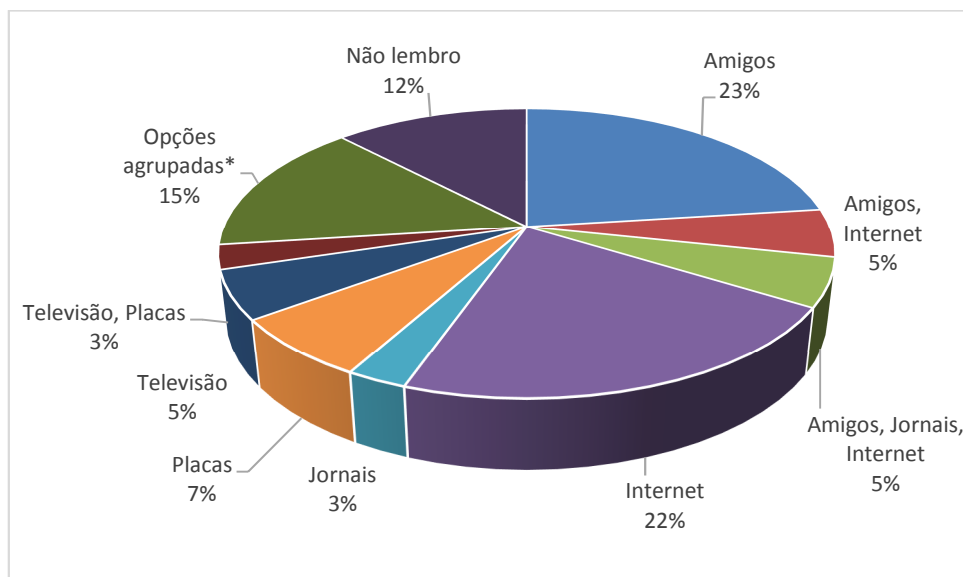
O gráfico acima mostra novamente nesta edição a concentração das respostas em “bom” o que demonstra claramente a satisfação com Diamantina. Entretanto, não se deve interpretar essa concentração como sendo informação finalizada. Muitos turistas têm sua tolerância dilatada pelo bem-estar decorrente da viagem e outros preferem não falar mal da ‘casa’ dos anfitriões. Levando isso em conta, ainda que o saldo seja positivo, é necessário sair em busca da excelência, ou da avaliação ‘ótimo’.

4.4 Instituto Estrada Real

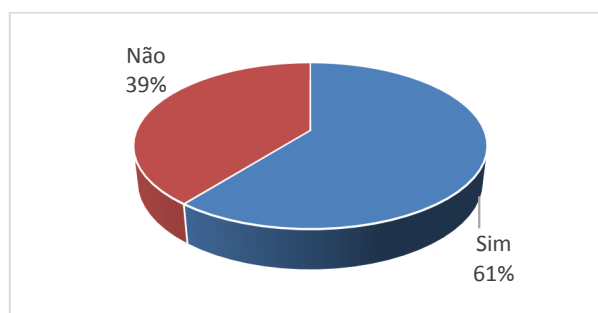
Um dos objetivos a que se propõe esta pesquisa é o de identificar a participação da demanda turística no contexto regional. Assim, conforme mencionado na apresentação desta Edição, este grupo de questões é relativo à essa demanda, por meio do Instituto Estrada Real – IER, pois acredita-se na importância desse órgão para o fomento do turismo regional.

Gráfico 24 – Conhecimento sobre o IER

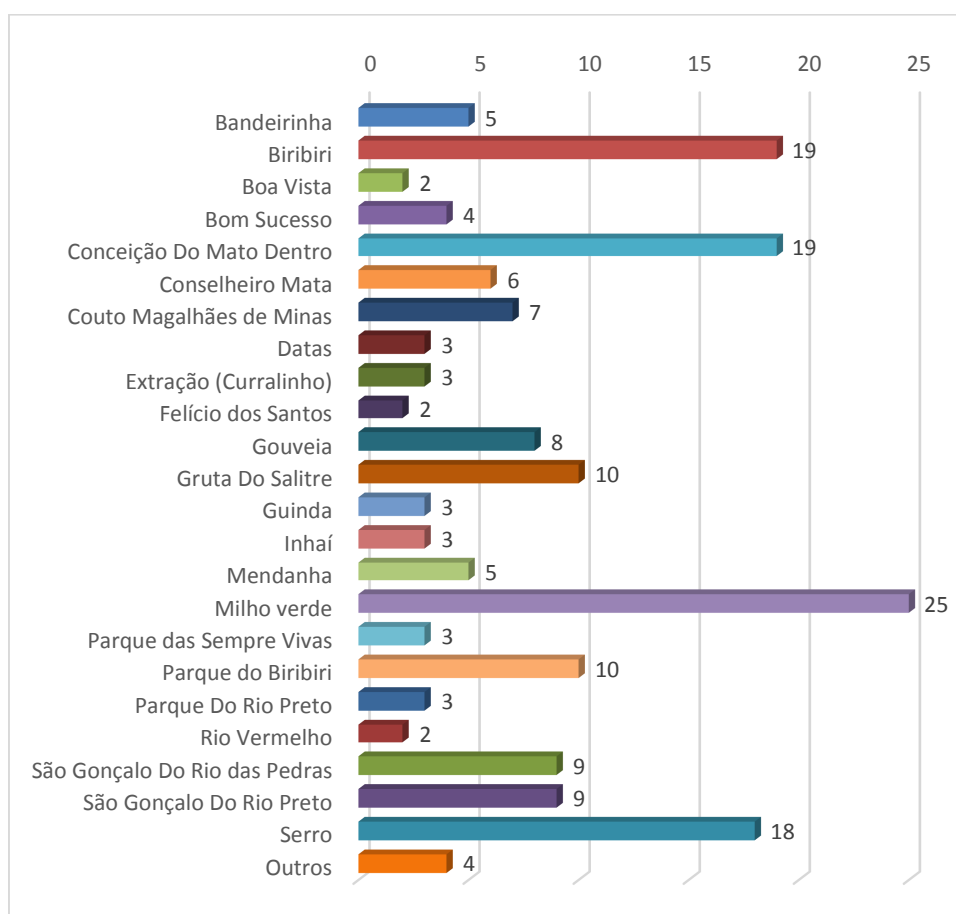
Mais da metade dos turistas entrevistados afirmou com segurança saber o que é o Instituto Estrada Real (55%), ainda que 7% tenham optado por dizer que conhecem, mas não sabem exatamente o que é. Esse número, somado aos 38% que afirmaram não conhecer (total de 45%), apontam para um espaço de trabalho considerável, no que tange à melhorias nas estratégias de promoção do IER.

Gráfico 25 – Qual a fonte de informação sobre o IER

Nesse gráfico foram incluídas não só as respostas específicas como também as combinações. Alguns destaques são o boca a boca (23% Amigos isolado e 33% somados), a internet (somando 32%), seguidos por Placas (10%) e televisão (8%). Merece destaque especial nesta edição a promoção informal quando se soma o boca a boca de amigos, placas na estrada e 'não lembro' que somados atingem 55% das citações. Porém, ao mesmo tempo, essa informalidade alerta para o fato de que esse tipo de divulgação não gera compreensão acerca das atividades do Instituto Estrada Real.

Gráfico 26 – Intenção de visita a outras Cidades do Entorno

Diferentemente de edições anteriores, maior parte dos turistas entrevistados (61%) respondeu que pretende visitar outras cidades da região. Esse registro vai de encontro com os resultados de edições anteriores, que sempre apontaram para um turismo em Diamantina e não na Região. Dessa forma, apresenta-se aqui também um novo cenário que deve ser acompanhado, sendo um desafio para o IER e as localidades do entorno, uma vez que, com o fechamento do escritório da Estrada Real em Diamantina ocorrido a pouco tempo, trabalhar pelo turismo regionalmente ganha novos contornos.

Gráfico 27 – Cidades e Distritos do Entorno de Diamantina Citados

O gráfico acima apresenta as localidades mencionadas individualmente ou em grupo pelas pessoas que responderam ter interesse em visitar outras cidades da região, respostas essas que

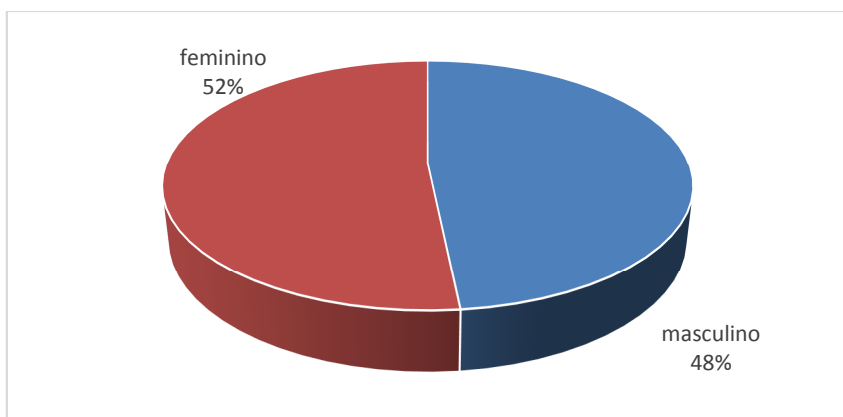
foram separadas para que se pudesse somar a quantidade de referências a cada uma das localidades, e, portanto, a soma não coincide com 100%. Os resultados são muito parecidos com as edições anteriores, já que novamente, apenas algumas localidades, como Serro e Milho Verde foram citados como cidades e distritos que despertam interesse de visitação dos turistas que vem a Diamantina. Percebe-se, mais uma vez, que não há muita diferenciação por parte dos turistas sobre o que sejam cidades ou distritos delas, como no caso mencionado acima.

Conforme colocado em outras edições da PDTD, ainda que o interesse em visitar outras localidades não seja maioria, a ligação mais provável para iniciar o processo de regionalização poderia se dar por meio de produtos integrados entre Diamantina e Serro.

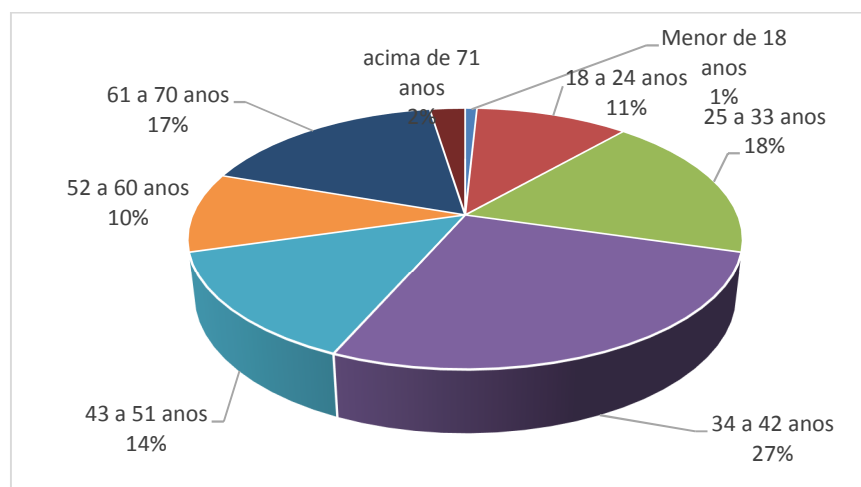
4.5 Dados Estatísticos dos Entrevistados

Para não constranger os turistas com perguntas pessoais, estas questões foram apresentadas ao final da entrevista sob o nome “Somente para fins Estatísticos”. Mas, em termos de estudos de demanda turística, sabe-se que estes são dados valiosos que podem e devem nortear o desenvolvimento do turismo de Diamantina e Região.

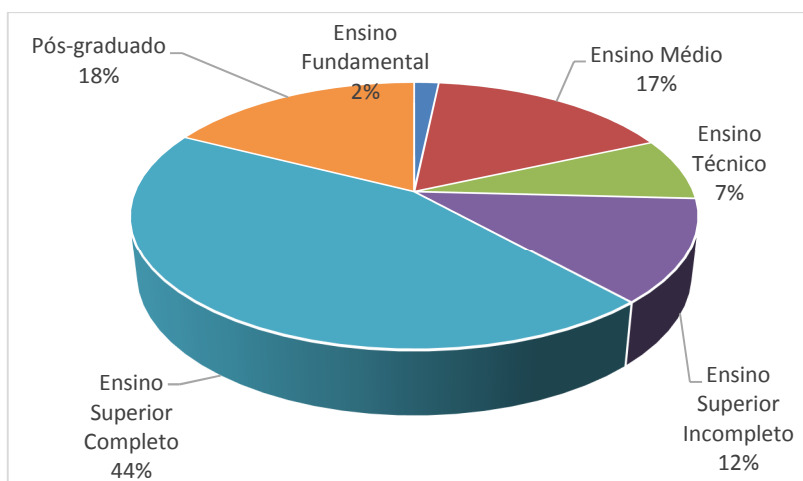
Gráfico 28 – Gênero



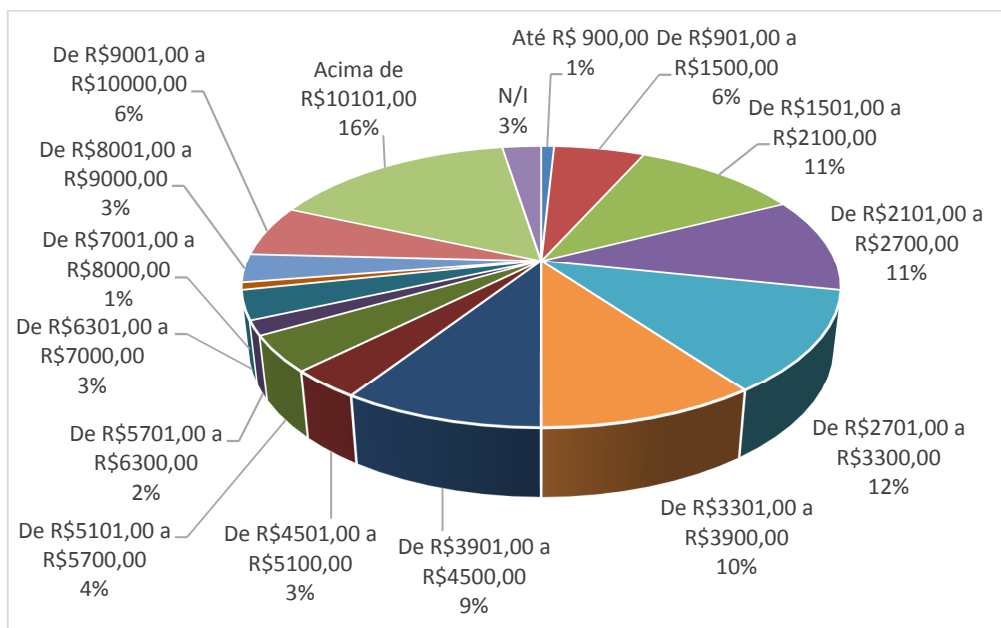
Normalmente, tem-se ligeira maioria feminina entre os visitantes, o que até aconteceu novamente nesta edição em termos percentuais, mesmo que o gênero com diferença de 4% possa ser considerado bem equilibrado.

Gráfico 29 – Faixa Etária

A diversidade de faixa etária do turista que frequenta Diamantina mostra, como sempre, que o destino agrada aos mais diferentes públicos. Este gráfico aponta para certo equilíbrio entre as faixas etárias, com uma pequena alteração neste ano em decorrência dos eventos disponíveis na cidade reduzindo um pouco a média de idade, representando: adultos de 34 a 42 anos (27%) seguidos da faixa que vai dos 25 aos 33 anos (18%), seguidos de 43 a 51 anos (21%). Já as faixas entre 61 a 70 anos e 43 a 51 anos aparecem, respectivamente, com 17% e 14%. Pela primeira vez a faixa entre 18 e 42 anos ultrapassou os 50%.

Gráfico 30 – Escolaridade

A PDTD tem mostrado ao longo desses anos que os turistas que visitaram a cidade de Diamantina possuem boa escolaridade. Dos respondentes 44% possuem ensino superior completo e 18% são pós-graduados. A soma dessas categorias (62%) atesta o elevado nível de educação da demanda real, o que vai ao encontro das motivações culturais expressadas nos gráficos iniciais.

Gráfico 31 – Renda Mensal Familiar

A diversidade de público de Diamantina é novamente reforçada por esse gráfico, no qual se percebe um considerável equilíbrio entre as faixas de renda. Destacam-se, nesta edição, as maiores parcelas acima de R\$ 10.001,00, com 16%, seguida de R\$ 2701,00 a R\$ 3300,00 com 12% e R\$ 1501,00 a R\$ 2100,00 e de R\$ 2.101,00 a R\$ 2.700,00, ambos com 11% cada. Houve nesta edição uma redução de representatividade das faixas entre R\$ 4501,00 até R\$ 10.000,00, faixas que somaram 19%. Ainda assim, tende-se a um equilíbrio entre as faixas de renda, que indica, a exemplo de edições anteriores, um destino com diversificação e público amplo.

5 CONCLUSÕES

Esta edição da PDTD segue um determinado padrão que se mantém, atingindo os objetivos estabelecidos e reforçando a série histórica e seus dados. Contudo, apresenta algumas particularidades em relação a edições anteriores, possivelmente em decorrência das atividades disponíveis no destino por ocasião da aplicação (evento SINTEGRA da UFVJM e concurso público), bem como pelo fato da Casa da Chica da Silva estar fechada ao público no referido período. Além disso, deve-se ressaltar o fato de ter sido realizada por um grupo de alunos das disciplinas de Marketing de Destinos e Produtos Turísticos e de Planejamento e Organização do Turismo, entre os quais pouquíssimos possuíam experiência prévia com a atividade, diferentemente do histórico recente de voluntários que se repetiam nas últimas edições.

Destaca-se também a oportunidade de aprendizagem para os alunos dos Cursos da UFVJM envolvidos, uma vez que são escassos os Institutos de Pesquisa no país e, ainda mais na região, reforçando o diferencial pedagógico da aprendizagem gerada pela aplicação por meio de *Palm® Tops*, o que inclui mais do que o contato com o turista e com o processo de pesquisa, mas também a participação em treinamento específico e a ação direta com a tecnologia, implementada por meio de

um instrumento de pesquisa acessado eletronicamente e não em papel. Ainda vale ressaltar o empenho dos aplicadores, pelo tamanho do questionário que faz com que alguns turistas se mostrem impacientes quando de sua participação, ainda mais sem o recurso do brinde que foi utilizado em situações anteriores, mas não nesta vez, numa tentativa de reduzir a quantidade de material que os alunos precisariam corregar consigo durante o trabalho de campo.

Com relação à análise do grupo que questões da parte “**Características da Viagem**”, percebeu-se novamente que o turista que frequentou a cidade nos dias do trabalho de campo da PDTD é oriundo em sua maioria de Minas Gerais (79%), especialmente de Belo Horizonte (36%). Em seguida cabe destacar a presença dos outros estados da própria Região Sudeste, somando 12%, e colocar que com exceção da Região Centro-Oeste, todas as outras regiões do país foram contempladas, ainda que com participação discreta. Não houve participação internacional desta vez, o que é bastante frustrante sendo Diamantina Patrimônio Cultural da Humanidade declarado pela UNESCO, o que indica necessidade de divulgação internacional e adequação da oferta de transporte, especialmente aéreo, e possível preparação de equipes capacitadas em outros idiomas. A demanda real é composta especialmente por pequenos grupos (77% viajam sós ou com mais 1, 2, 3 ou 4 pessoas) que viajam em veículo próprio (56%), indicando um destino familiar; frequentado por visitantes esporádicos do destino Diamantina, e, mesmo com 51% dos entrevistados afirmando ser sua primeira visita à cidade o nível de retorno é bastante alto (49% entre segunda vez e mais vezes). O tempo de permanência na cidade entre 2 e 4 dias na cidade foi mencionado por 72% dos entrevistados; que viajam por meio rodoviário seja carro próprio, carro alugado, van ou ônibus de excursão ou outros¹⁸; ficam hospedados em meios tradicionais como hotéis e pousadas (61%) efetuando um gasto médio diário variado e equilibrado entre as faixas, com 22% gastando entre R\$51,00 e R\$100,00 e outros 21% citando a faixa de gasto médio entre R\$101,00 e R\$150,00 por dia. Esse turista apresenta um altíssimo grau de intenção de retorno, de cerca de 95% e demonstra que o turismo está sendo desenvolvido apenas no Centro Histórico da cidade, já que muitos não conheceram outros bairros (57%). Quanto à organização da viagem somente 12% viajaram por pacote, 59% organizaram sua própria viagem e 23% vieram para Diamantina por conta própria sem organização/reserva antecipada.

Recomendações: As recomendações repetem as de relatórios anteriores, uma vez que estes dados novamente apontam para o potencial turístico da cidade de Diamantina, que apresenta um turista real frequentador do destino, mas que ainda pode aumentar seu tempo de permanência, no desafio de demanda turística denominado de estacionalidade. Vencer este desafio não é grande dificuldade para Diamantina, haja vista o baixo número de entrevistados que visitou outros bairros da cidade, que notoriamente apresentam possibilidade de desenvolvimento de produtos, estratégia do Marketing de Destinos que consiste em apresentar novos produtos para o mesmo mercado. Estes resultados também apontam para a atenção especial que deve ser dada ao turista que vem de Belo

¹⁸ A categoria outros foi bastante mencionada nesta edição possivelmente por conta de professores e alunos que usar veículos da Universidade para via ao evento em Diamantina, o que não se enquadra nem na categoria de carro próprio, nem em fretamento.

Horizonte, bem como, indica o potencial de demanda a ser trabalhado em outros estados brasileiros, pouco presentes ou ausentes na PDTD, e da demanda internacional que é escassa. Arranjos institucionais que intensifiquem a ligação dos transportes até Diamantina, especialmente do transporte aéreo, podem significar um potencial importante para a ampliação do número de visitantes e até mesmo para o tempo de permanência no destino. Como demonstrado em todas as edições, o público de Belo Horizonte frequenta Diamantina principalmente em veículo particular. O gasto médio chama a atenção quando comparado à capacidade de gasto dada pela faixa de renda do público visitante, e isso indica novamente espaço para criação de produtos que possam diversificar a oferta, e conseqüentemente o gasto dos turistas.

Já as “**Motivações de Viagem**” apresentaram novamente a Cultura por meio de suas especificidades como destaque, já que tanto essa de maneira geral foi citada pelos entrevistados, bem como foi seguida de “Arquitetura” em segundo lugar. A “Vesperata” passou de terceiro para quarto lugar, perdendo o posto para “Visita a Amigos e Parentes”. Os resultados relacionados ao Meio Natural tiveram algum destaque e como sempre merecem consideração especial, já que novamente 72 entrevistados não visitaram nenhum atrativo natural, ao mesmo tempo em que a “Natureza” foi motivação principal de apenas 4% dos respondentes. Mais uma vez, houve concentração no Parque do Biribiri, com queda na visita na Gruta do Salitre, entre os que visitaram algum atrativo natural. Entre os atrativos culturais visitados houve certo equilíbrio, novamente entre três dos mais frequentemente citados: Mercado Velho (75), Catedral (68) e Casa de JK (66). A Casa da Chica da Silva mesmo sem estar aberta à visita recebeu 51 citações. Quanto às atividades em que participaram na cidade, esta foi a quarta edição em que foram incluídas atividades no meio natural. A que teve mais destaque foi Cachoeira (19%). O destaque continua sendo o Mercado, nesta edição especialmente na sexta. Novamente o alto número de pessoas que não participou de nenhum evento cultural, indica que há também pacotes que, por contemplarem outras cidades históricas mineiras, passam por Diamantina durante a semana, e além de não incluírem eventos culturais, muitos desses pacotes reduzem o tempo de permanência na cidade, limitando a ‘experiência turística’ do visitante e, conseqüentemente, o desenvolvimento turístico da cidade; além dos frequentadores da cidade que são motivados por outras questões, como família e trabalho.

Recomendações: Este grupo de perguntas apontou uma vez mais para a necessidade de ações de consolidação e diferenciação dos atrativos culturais, que possam cumprir um papel importante na inclusão social da comunidade autóctone, tanto do ponto de vista da apropriação e autoestima com a valorização da cultura, quanto do envolvimento com o turismo que pode e precisa de renovação constante, seja no caráter econômico da atividade turística (com a geração de emprego e renda), quanto no caráter social do turismo (com os benefícios que a convivência com outras pessoas pode trazer). Ainda considerando o potencial cultural da cidade, vale destacar que as atividades culturais juntas, somaram 70% da preferência em relação à “atividade que mais gostou” (gráfico 20), apontando que esse potencial de Diamantina deve ser trabalhado em Estratégias de Marketing de Penetração de Mercado (produto atual para o mercado atual). Ao mesmo tempo, em

conjunto com o primeiro bloco de questões, que aponta para a predominância de turistas mineiros, tem-se condições de sugerir a implementação da Estratégia de Marketing conhecida como Desenvolvimento de Mercados, que por sua vez consiste em apresentar os mesmos produtos para um novo mercado/público. A indicação de utilização destas mesmas Estratégias de Marketing já foi mencionada em relatórios passados. Do ponto de vista dos atrativos naturais, também conforme já mencionado anteriormente, o subaproveitamento desse turismo, traz o ponto positivo da ainda preservação deste patrimônio, que tem condições de ser desenvolvido de forma sustentável, o que não seria possível se as áreas já tivessem sido exploradas anteriormente.

Em relação às “**Percepções e Expectativas**”, já foi mencionada a importância da Imagem, que felizmente parece condizer com a realidade de Diamantina, como cidade lembrada por sua Arquitetura (43 menções), famosa em Minas por seu Carnaval (15), pelo Garimpo de Diamantes (13), por ser Colonial (11) e; variáveis também em destaque nas edições anteriores, não necessariamente nessa mesma ordem, mas sempre encabeçadas pela Arquitetura, que assim como nas edições passadas da PDTD é importante ser ainda mais destacada. A Arquitetura além de condizer com a Imagem consegue encantar, mesmo sem o ‘fator surpresa’, pois já é esperada e ainda assim surpreende. Já a questão que investigou a qualidade da estrutura turística não apresentou surpresas, com altos índices de ‘Bom’ ou ‘Não sabe’. Vale mencionar, novamente, os índices mais altos de regular, ruim e péssimo para as questões relacionadas ao tráfego de veículos. Essa informação analisada à luz do primeiro bloco de perguntas, que apontou que a maior parte do público faz uso do transporte rodoviário para se deslocar a Diamantina, representa uma preocupação considerável.

Recomendações: A julgar pela boa imagem que a cidade demonstrou gozar junto aos seus turistas, cabe a discussão entre os líderes do turismo local a fim de verificar como essa imagem pode ser reforçada e, ainda, se é essa a imagem que se pretende passar, uma vez que em turismo tem-se uma imagem de qualquer maneira, seja por omissão ou por ação (CAMARGO e CRUZ, 2009). Cabe ainda destacar a importância da continuidade nas ações de conservação e preservação que vem sendo feitas na cidade, pelos organismos competentes. Observa-se também um potencial importante ligado aos Atrativos Naturais que entram especialmente no encantamento, uma vez que nesta edição não foram mencionados na Imagem. Por último, a Hospitalidade, citada por 23% dos entrevistados como elemento que mais surpreendeu, se reflete também nos serviços turísticos utilizados pelo turista, já que a classificação geral na prestação destes foi “Bom”, o que aponta também que, como usual, sempre existe espaço para melhorar e tentar alcançar o “Ótimo”. Um esforço no sentido de melhorar a qualidade do tráfego demandaria baixo investimento e teria bom retorno, ao que se pode perceber pela insatisfação nesse sentido. Lembrando que essa variável, ao ser trabalhada, pode trazer grandes benefícios também para os moradores locais.

Aqui são apresentadas as poucas questões referentes à terceira abordagem sobre o “**Instituto Estrada Real - IER**” introduzido em 2012, mas com o claro objetivo de seguir contribuindo regionalmente. A princípio revelaram a necessidade de maior interação entre o IER e os turistas, uma vez o percentual dos que sabem o que é o Instituto (55%) contrastou negativamente com aqueles que não sabem o que é (38%), bem como com os que já ouviram falar mas não sabem bem o que é (7%),.

Porém, diferente de edições anteriores que apontavam “Amigos” como principal fonte de informação, nesta edição e na passada a “Internet” figurou em primeiro lugar como fonte de informação sobre o IER, com 32%, ainda que a divulgação informal tenha prevalecido. Por fim, a ação Regional do IER segue exigindo atenção e ação, uma vez que mais de 40% dos turistas ainda afirmaram que não tinham a intenção de visitar outras cidades da Região.

Recomendações: Os resultados dessas questões representam o desafio do turismo brasileiro em relação ao desenvolvimento regional. Ainda que muitos programas estruturais tenham sido apresentados e incentivados em níveis nacional e estadual, parece que ainda não se tem a fórmula para essa consolidação. Teme-se que, mesmo com a força da marca Estrada Real, sem o IER – Polo Diamantina, as condições de assumir nesse processo, auxiliando Diamantina e Região ficarão mais reduzidas.

Quanto aos “**Dados Estatísticos dos Entrevistados**”, objetivamente pode-se afirmar que houve equilíbrio de gênero, faixa etária, e renda, com destaque para o público adulto mais jovem nesta edição, com destaque para as faixas que vão de 34 a 42 anos (27%). Quanto à faixa de renda familiar o destaque ficou para as faixas acima de R\$ 1000,00 e entre R\$ 2701,00 e R\$ 3300,00 (12%). O nível de escolaridade da demanda manteve-se alto, com a soma de entrevistados com nível superior completo e pós graduados chegando a 62% dos respondentes, caracterizando um público bem informado, e possivelmente com um grau de exigência elevado.

Recomendações: Conforme mencionado em edições passadas a ‘quantificação’ deste público aponta para um segmento de mercado bastante desejado por diversos destinos turísticos no Brasil e no mundo. Se forem agregadas aos dados estatísticos deste bloco as respostas obtidas nos demais blocos, estes turistas são independentes, motivados pela Cultura, mas observadores de outros pontos, como a Natureza; se hospedam em meios de hospedagem tradicionais; apresentam um bom gasto médio diário; avaliam os serviços turísticos com bons; têm disposição para interagir com o destino, haja vista sua participação em atividades de atrativos culturais e demonstram alguma disposição para visitar outras localidades turísticas na Região.

Com este breve resumo e considerando o segmento apontado por este perfil, indica-se novamente que a busca do desenvolvimento turístico local deve considerar informações turísticas precisas (*website*, mapas, folhetos, sinalização), prestação de serviços de qualidade, estratégias de diversificação de produtos, de mercados e de acessos para que seja possível aumentar a estacionalidade no destino e diminuir a concentração de público aos fins de semana. Esses são desafios claramente expostos ao Planejamento Turístico local. Porém, depois de tantas edições da PDTD, tem-se cada vez mais convicção de que tais estratégias e ações são o caminho mais seguro para Diamantina e Região se consolidarem como destino turístico.

6 REFERÊNCIAS

- CAMARGO, P. de; CRUZ, G. da. (orgs). *Turismo Cultural: estratégias, sustentabilidade e tendências*. Ilhéus: Editus, 2009.
- DENCKER, A. *Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas*. 9ed. São Paulo: Futura, 2007.
- IPHAN. *Relatório de Público: Casa da Chica da Silva*. Diamantina, 2008.
- MEDAGLIA, J. *Un estudio sobre la necesaria evolución del Marketing de Destinos Turísticos y su sinergia con la Planificación Estratégica de Destinos Turísticos*. Málaga: Universidad de Málaga, Facultad de Comunicación y Turismo, 2005.
- MEDAGLIA, J., SILVEIRA, C.E. *Pré-teste de pesquisa: perfil da demanda turística real de Diamantina e região*. Diamantina: UFVJM, 2008. 32f.
- PETROCCHI, M. *Marketing para destinos turísticos: planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, 2004.
- REA, Louis; PARKER, Richard. *Metodologia da Pesquisa: do planejamento à execução*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.
- SECTUR. *Fluxo de Visitação nos Monumentos em Diamantina*. Diamantina, 2008.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2009-1. 39f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2009-2. 42f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2010-1. 40f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2010-2. 43f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2011-1. 45f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2011-2. 44f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2012. 42f.
- SILVEIRA, C.E.; MEDAGLIA, J. (coord.). *Perfil da demanda turística real de Diamantina e região: características de viagem, motivações, percepções e expectativas*. Diamantina: UFVJM, 2013. 40f.

ANEXO D – Membros do conselho municipal de turismo

contempla sub-critério 3.2

Município: Diamantina

Circuito Turístico que pertence: Circuito Turístico dos Diamantes

Data da atualização: 18 de Dezembro de 2014

Nome do conselheiro	Cargo assumido no COMTUR	Entidade representativa	Cargo na entidade	Período de gestão (mm/aaaa até mm/aaaa)	Dados para contato (incluir DDD do município)		
					Telefone fixo	Telefone celular	E-mail
Walter Cardoso França Júnior	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Turismo	Secretário Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio		(38) 3531-9527	(38) 9920-3119	jrdtna@hotmail.com
Valéria Alcântara Alexandre	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Turismo	Servidor Público Municipal - Prefeitura de Diamantina		(38) 3531-9532	(38) 8813-5795	valerixandre@yahoo.com.br
Raquel Faria Scalco	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Educação	Servidor Público Federal – UFVJM			(38) 8815-9597	raquel.scalco@yahoo.com.br
Guilherme Fortes Varajão	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Educação	Servidor Público Federal – UFVJM				guilhermefdcv@gmail.com

Elenita Izabel Rocha	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Meio Ambiente	Servidor Público Municipal - Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural		(38) 3531-9250		lenarochamg@gmail.com
Flávia Campos Vieira	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Meio Ambiente	Servidor Público Estadual – IEF		(38) 3531-3919	(38) 9913-1919	bioflavia76@yahoo.com.br
Wilton de Assis Alves	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Segurança Pública	Servidor Público Municipal – Guarda Municipal			(38) 8803-8114	passeiostur@yahoo.com.br
Aquiles Reginaldo dos Santos	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Segurança Pública	Servidor Público Estadual - Corpo de Bombeiros Militar		(38) 3531-9230		pids3pelbm@yahoo.com.br
Waldemir Wilher da Cunha	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Infraestrutura	Servidor Público Municipal - Secretaria de Desenvolvimento Urbano		(38) 3531-9182		wilhercunha@hotmail.com
Wagner José Maria	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Infraestrutura	Servidor Público Municipal - Secretaria de Desenvolvimento Urbano		(38) 3531-9182		wagnerjmaria@yahoo.com.br

Claudete Maria Souza e Costa	Titular	Representantes do Poder Público - Setor de Agricultura	Servidor Público Estadual - EMATER		(38) 3531-1345	(38) 9971-0068	claudetesc15@yahoo.com.br
	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor de Agricultura					
José Paulo Alves Silva	Titular	Representantes do Poder Público - Setor Legislativo Municipal	Vereador		(38) 3531-1228	(38) 8808-1392	zepaulo02@yahoo.com.br
Rosilane Matos	Suplente	Representantes do Poder Público - Setor Legislativo Municipal	Vereadora		(38) 3531-1228		laninha.pessoa@yahoo.com.br
Mariana Felício Pereira	Titular	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Meios de Hospedagem	Presidente da ADELTUR			(38) 9827-4665	feliciopereira@hotmail.com
Carmem Lúcia Nascimento	Suplente	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Meios de Hospedagem	Representante da Câmara Técnica de Meios de Hospedagem - ADELTUR		(38) 3531-2806	(38) 3531-1627	contato@pousadareliquiasdotempo.com.br
Rachel Palhares	Titular	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Alimentação Fora do Lar	Representante da Câmara Técnica de Alimentação Fora do Lar - ADELTUR				rachelpalhares@yahoo.com.br

Lucia Valéria do Nascimento	Suplente	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Alimentação Fora do Lar	Representante da Câmara Técnica de Alimentação Fora do Lar – ADELTUR		(38) 3531-2281	(38) 9971-0886	luvanabr@hotmail.com
Ana Paula Ventura Falci	Titular	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Guias e Receptivos	Representante da Câmara Técnica de Guias e Receptivos – ACID		(38) 3531-1667	(38) 8802-5078	falci4@hotmail.com
Paulo Antônio de Almeida	Suplente	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Guias e Receptivos	Representante da Câmara Técnica de Guias e Receptivos – ASSGUITUR			(38) 8811-0229	guiajk@hotmail.com
Guilherme Coelho Neves	Titular	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Entidades Empresariais	Presidente da Associação Comercial e Industrial de Diamantina – ACID		(38) 3531-1015		guilhermecn83@gmail.com
Sandra Fernandes de Souza	Suplente	Representantes da Iniciativa Privada - Setor de Entidades Empresariais	Representante da Câmara Técnica de Turismo da ACID		(38) 3531-2267	(38) 8836-3186	sfsouza2210@gmail.com
Thamara de Souza Goulart	Titular	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Qualificação Gerencial e Profissional	Gerente Regional do SENAC		(38) 3532-6500	(38) 9982-3172	

Cristiano Portes Brandão	Suplente	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Qualificação Gerencial e Profissional	Consultor de Negócios do SENAC		(38) 3532-6500	(38) 9979-4283	
Alan Faber do Nascimento	Titular	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Turísticas Regionais	Membro da Diretoria da Agência de Desenvolvimento Regional de Turismo do Circuito dos Diamantes		(38) 3531-8994	(38) 9227-4858	alanfaber@uol.com.br
Éthany Cícero da Cunha	Suplente	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Turísticas Regionais	Gestor da Agência de Desenvolvimento Regional de Turismo do Circuito dos Diamantes		(38) 3531-8994	(38) 8824-8093	ethanycunha@yahoo.com.br
Vanessa Carvalho Baracho	Titular	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Musicais	Diretora do Conservatório Estadual de Musica Lobo de Mesquita		(38) 3531-1774		vanessacarballo@hotmail.com
José Da Silva Macena e Roberto Eustaquio Margarida	Suplente	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Musicais	Dirigentes da Associação dos Seresteiros				reustamar@hotmail.com

Dicinéia Maria de Souza	Titular	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Culturais e Ambientais	Presidente da Associação Arte da Terra – ASSART		(38) 3531-8642	(38) 9158-0369	dicineia80@hotmail.com
Viviane Cristina de Paula	Suplente	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Organizações Culturais e Ambientais	Turismóloga do Instituto Biotrópicos		(38) 3531-2197		vivi@biotropicos.org.br
Geraldo Elton Dias	Titular	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Associações Comunitárias	Membro do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável – CMDRS				elton.dias2012@hotmail.com
Fernando Idelfonso Silva	Suplente	Representantes da Sociedade Civil Organizada - Setor de Associações Comunitárias	Membro do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável – CMDRS				

Walter Cardoso França Junior

Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Diamantina

Secretário Executivo do Conselho Municipal de Turismo de Diamantina

