



Capítulo 1

Conceitos e dimensões

Caroline Ciliane Ceretta

Gilvan Odival Veiga Dockhorn



O turismo pode ser considerado um fenômeno multi, inter e transdisciplinar na sua formação superior e na gestão pública, além de sua transversalidade e intersectorialidade (BENI, 2020).

A natureza multiplicadora da atividade turística é uma das consequências do desenvolvimento da sociedade – tanto social, político, econômico quanto cultural e tecnológico –, possibilita múltiplas oportunidades quando inserida nos destinos clássicos ou em novos destinos. Os novos agentes e atores são impulsionados por diversos motivos: na questão da produção do saber acadêmico, buscam um cenário inovador, com ativos específicos e, principalmente, com indicadores sustentáveis positivos, com o objetivo de valorizar a oferta turística qualificada e diversificada, capaz de usar as dinâmicas do ambiente para, estrategicamente, criar empreendimentos sustentáveis e responsáveis na cadeia produtiva do turismo.

O turismo está sujeito a vetores de transformação de diferentes origens. As tendências de consumo estão conduzidas por novos padrões e valores da sociedade, da família, das inovações tecnológicas, globalização ou resultados das adaptações necessárias, decorrentes das mudanças climáticas, retratibilidade econômica, convulsões sociais, imigração em massa, instabilidade política, insegurança nos modais de transportes, riscos meteorológicos e geológicos, adventos epidêmicos e pandêmicos, terrorismo e, mais recentemente, decorrente de um significativo aumento da demanda internacional (BENI, 2020, p. 1).

Os **roteiros turísticos** são formados por um conjunto de atrativos e serviços turísticos visitados em sequência de visibilidade e práticas sustentáveis, somados a possibilidade de apreciação da paisagem visitada e interação entre visitantes e visitados, nos mais diversos lugares, com força atrativa suficiente para a engrenagem sustentável do turismo. Ou ainda, os roteiros são a descrição pormenorizada de uma viagem ou itinerário com indicação de uma sequência de atrativos existentes e merecedores de visita (BAHL, 2004).

Os roteiros turísticos são identificados como todo o itinerário de visita previamente organizado com a finalidade de turismo, podem existir nos mais variados territórios, sendo uma prática realizada tanto para atrativos no âmbito rural como no âmbito urbano.

Como **roteirização turística** compreende-se o processo de planejamento, organização, direcionamento e controle do Roteiro Turístico, na qual os atores locais envolvidos com o turismo participam de ações de sensibilização, capacitação, reconhecimento dos recursos locais, bem como da organização da matéria-prima do turismo, preparo dos equipamentos e serviços turísticos e da infraestrutura para a composição do roteiro criado.

Os **circuitos turísticos** são a utilização de um conjunto de vias que possibilitam o acesso circular aos atrativos de uma região ou lugar, enquanto que os corredores turísticos são as vias que interligam dois ou mais pontos sobre os quais se encontram os atrativos (BENI, 2006).

As **rotas turísticas** são o resultado de um trabalho de marketing através do qual se formata um produto turístico composto pelo circuito ou corredor turístico em sua totalidade. Numa rota turística podem existir vários roteiros turísticos. São equipamentos e serviços turísticos, um conjunto de edificações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, entretenimento e diversão, agenciamento, transporte, locação de veículos, guias e outros.

Como **recurso** compreende-se qualquer manifestação da natureza ou da cultura que tenha capacidade de atrair turistas e possa servir de matéria-prima para a formatação de um atrativo turístico (negócio) e pode ser de propriedade pública ou privada.

- **Recurso Natural:** são as paisagens, montanhas, rios, formações geológicas, cascatas, cachoeiras e outros elementos disponíveis geologicamente na natureza.

- **Recurso Cultural:** são os elementos culturais construídos pelo homem para sua identidade e construção social de vivência. Podem ser do tipo material, que concentram manifestações culturais presentes em conjuntos arquitetônicos, casas, parques temáticos, museus, teatros e monumentos, possuem valor sócio-histórico para um grupo. Os recursos culturais imateriais são aqueles que expressam os sentimentos de pertencimento, as manifestações folclóricas, artísticas, celebrações, os saberes e fazeres culinários, a identidade cultural presente nas narrativas, diálogos, interações, sentimentos de fé, devoção e os valores de reciprocidade (relações de ajuda mútua, compaixão, solidariedade).

Atrativo turístico é o recurso que recebe a interferência humana e se transforma em atrativo pela sua capacidade de atrair visitantes. Ele é completo quando estiver com infraestrutura, gestão, segurança, promoção e comercialização suficiente para atender as expectativas turísticas do mer-

cado consumidor. Os atrativos turísticos formam a essência do roteiro turístico e são compostos pela matéria-prima do turismo em sua peculiaridade, ou seja, os recursos naturais e culturais do lugar com suas especificidades, capazes de atrair visitantes para além do entorno normal do município onde está o atrativo.



Para pensar:

O produto final consumido pelo turista chamado Roteiro Turístico é composto por diversas informações relativas à sua viagem, incluindo atrativos, gastos nos lugares visitados, permanência média, uso de equipamentos e serviços turísticos, principalmente as lembranças e o aprendizado gerado com a viagem, a permanência no destino e o retorno para o lugar de residência. Será que essa dimensão proporcionada pelo fenômeno turístico não é uma alternativa singular importante para agregar valor à economia local, à qualidade de vida dos moradores e potencializar as relações de identificação cultural e de pertencimento? Se sim, você já se perguntou se o seu município não teria condições suficientes para fazer parte de um roteiro turístico?

Atenção

Para os turistas, os roteiros são uma oportunidade de experimentar a hospitalidade local, sua história, hábitos e manifestações culturais singulares. Para os visitados, é uma alternativa de construção e desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo, com planejamento, uso sustentável dos recursos e mercadologicamente interessante.



Questão de aprendizagem:

Quando pensamos na gestão de roteiros turísticos, o primeiro passo é conhecer os conceitos e definições que estarão presentes nas ações e decisões necessárias para a formação do produto turístico pensado. A seguir, marque os principais conceitos que deverão estar presentes no novo roteiro a ser construído.

- () Roteiro, circuito, itinerário, atrativo, infraestrutura turística;
- () Roteiro, itinerário, recurso, atrativo, infraestrutura, demanda;
- () Rota, roteiro, circuito, itinerário, recurso, atrativo, demanda, público-alvo;
- () Rota, roteiro, circuito, itinerário, recurso, atrativo, infraestrutura turística, demanda;
- () Rota, roteiro turístico, recurso natural e cultural, atrativo turístico, infraestrutura turística, equipamentos e serviços turísticos.