

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES

Mestrado Acadêmico em Administração

Alexandre Gomes Nick

**MARKETING DE LUGARES: a construção histórica e cultural
da imagem do Caminho Velho da Estrada Real**

Belo Horizonte
2020

Alexandre Gomes Nick

**MARKETING DE LUGARES: a construção histórica e cultural da
imagem do Caminho Velho da Estrada Real**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro Universitário Unihorizontes, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Caissa Veloso e Sousa

Linha de pesquisa: Estratégia, Inovação e Competitividade

Área de concentração: Organização e Estratégia

Belo Horizonte
2020

N632m

NICK, Alexandre Gomes

Marketing de lugares: a construção histórica e cultural da imagem do caminho velho da Estrada Real. Belo Horizonte: Centro Universitário Unihorizontes, 2020.
206p.

Orientadora: Dr^a. Caissa Veloso e Sousa

Dissertação (Mestrado). Programa de Mestrado em Administração. Centro Universitário Unihorizontes.

1. Marketing de lugares – Estrada Real - turismo I. Alexandre Gomes Nick II. Centro Universitário Unihorizontes Programa de Mestrado em Administração. III. Título.

CDD: 658.8



Instituto Novos Horizontes de Ensino Superior e Pesquisa Ltda.
Centro Universitário Unihorizontes
Mestrado Acadêmico em Administração

ATA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE Mestrado Acadêmico em Administração do(a) Senhor(a) **ALEXANDRE GOMES NICK**, REGISTRO Nº. 668. No dia 07 de fevereiro de 2020, às 14:30 horas, reuniu-se no Centro Universitário Unihorizontes, a Comissão Examinadora de Dissertação, indicada pelo Colegiado do Programa de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro Universitário Unihorizontes, para julgar o trabalho final intitulado "**MARKETING DE LUGARES: a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real**", requisito parcial para a obtenção do **Grau de Mestre em Administração**, linha de pesquisa: **ESTRATÉGIA, INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE**. Abrindo a sessão, o(a) Senhor(a) Presidente da Comissão, **Prof.^a Dr.^a Caissa Veloso e Sousa** após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares da apresentação do Trabalho Final, passou a palavra ao(a) candidato(a) para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa do(a) candidato(a). Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do(a) candidato(a) e do público, para julgamento e expedição do seguinte resultado final: **APROVADO**. O resultado final foi comunicado publicamente ao(a) candidato(a) pelo(a) Senhor(a) Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o(a) Senhor(a) Presidente encerrou a reunião e lavrou o(a) presente ATA, que foi assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 07 de fevereiro de 2020

Prof.^a Dr.^a Caissa Veloso e Sousa
Centro Universitário Unihorizontes

Prof.^a Dr.^a Helena Belintani Shigaki
Centro Universitário Unihorizontes

Prof.^a Dr.^a Georgiana Luna Batinga
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Marcelo de Rezende Pinto
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

DECLARAÇÃO DE REVISÃO DE PORTUGUÊS DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Declaro ter procedido à revisão da dissertação de mestrado intitulada "**MARKETING DE LUGARES**: a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real", apresentada ao curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro Universitário Unihorizontes, de autoria de **Alexandre Gomes Nick**, sob a orientação da Professora Doutora Caissa Veloso e Sousa, contendo 207 páginas, assim distribuídas:

Capa: p. 1

Elementos pré-textuais: p. 2-17

Elementos textuais:

- Introdução: p. 18-24
- Ambiência da pesquisa: p. 25-40
- Referencial Teórico: p. 41-79
- Metodologia: p. 80-87
- Apresentação e Análise dos Resultados: p. 88-171
- Considerações Finais: p- 172-175

Elementos pós-textuais: p. 176-207

ITENS DA REVISÃO

- Correção gramatical
- Inteligibilidade do texto
- Adequação do vocabulário

Belo Horizonte, 16 de dezembro de 2019.



Afonso Celso Gomes

Registro LP9602853/DEMEC/MG

DEDICATÓRIA

A Minas Gerais, por ser o que é.

AGRADECIMENTOS

O espaço dedicado aos agradecimentos em uma dissertação deveria ser proporcional ao dos artigos que a constituem, pois a concepção do trabalho é tão ou mais significativa que o seu produto final. Por isso, amplio a compreensão de agradecimento para contemplar tudo e todos(as) que estão implicados(as) neste trabalho, entendendo que as letras MsC representam uma legitimação acadêmica, mas que a construção do conhecimento se dá por via da relação, razão pela qual não existe necessidade de pronomes. Várias foram as pessoas que se cruzaram comigo e permitiram que a minha caminhada se tornasse importante. A todos(as) agradeço o apoio e a disponibilidade e, de forma muito especial:

A Deus, sempre presente em minha alma, por todas as vitórias e conquistas alcançadas durante minha vida.

A Minas Gerais, por fortalecer a sensação de pertencimento. Como escreveu João Guimarães Rosa, “Minas são muitas”. E, dentro dela, também são muitas as memórias, as pessoas, os caminhos, as tradições e tantas preciosidades culturais que são comuns à minha história. Minas muitas, Minas uma com tudo o que existe.

A Jurceni Tomaz Brasil e Tarcísio Amorim, pelo acolhimento e por permitirem a realização deste sonho. Sem vocês esta pesquisa não ocorreria e, provavelmente, nem este professor e pesquisador existiria como tal. Portanto, mesmo que não entendam exatamente o porquê e que só faça sentido em meu coração, saibam que durante esses anos de convivência não houve um dia sequer que não tenha agradecido por ter o privilégio de ouvir, aprender e conviver com vocês. Improvável que vocês tenham dimensão da influência que exercem. Nossa língua portuguesa é um idioma riquíssimo, mas dentre a variedade de vocábulos ainda não criaram palavras capazes de expressar minha gratidão e admiração por vocês. Assim, recorro ao neologismo para afirmar que vocês são “inagradecíveis”.

Aos meus pais, Geraldo Gomes e Rosina Nick, pelo dom da vida, pelo amor incondicional e por sacrificarem, se dedicarem e abdicarem de tempo e de muitos projetos pessoais

para que eu tivesse a oportunidade de estudar e ter uma boa formação profissional, mas também pessoal. Gratidão pela participação ativa nesta caminhada e por tudo que já fizeram. Vocês são muito especiais para mim.

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Caissa Veloso e Sousa, pelos vários e inesquecíveis diálogos. Sou inteiramente grato por essa orientação, que ultrapassou a dissertação, bem como pelo imenso carinho nos momentos de dificuldade e, sobretudo, pelo privilégio de ter trabalhado um tema absolutamente novo para a pós-graduação da Unihorizontes. Fui presenteado com esta importante colaboração na discussão do trabalho, dosando as críticas com comentários de incentivo. Obrigado por me permitir fazer parte do seu grupo de trabalho, por ter acreditado em meu potencial e por todas as oportunidades que me deu. A você Caissa, todo o meu respeito, reconhecimento e gratidão.

À Prof.^a Dr.^a Georgiana Luna Batinga, professora na mais profunda acepção da palavra, pela pessoa que é, principalmente pelo prazer em educar que existe em você. Também pelo rigor da avaliação no projeto, pela enorme sensibilidade com o meu tema de pesquisa. Gratidão pelas valiosas contribuições ao meu trabalho, as quais foram preponderantes para torná-lo mais maduro e inteligível. Obrigado pelo incentivo em momentos diversos e de forma incondicional, contribuindo para esta concretização.

Ao Prof. Dr. Gustavo Rodrigues Cunha, pela disposição em discutir o projeto de pesquisa, bem como por seus questionamentos e contribuições na etapa da qualificação. Obrigado pela atenção e incentivo.

Muito especialmente, ao Allan Ribeiro, pelo apoio incondicional, por fazer parecer óbvio que eu conseguiria e pelo interesse na pesquisa. Gratidão pela participação na construção dos dados deste trabalho, quando, juntos, saímos de Belo Horizonte e enveredamos pelos 710 quilômetros do Caminho Velho, atravessando três estados, rumo ao último marco da Estrada Real, localizado no Chafariz do Pedreira, na cidade de Paraty-RJ. Cada parada, um novo carimbo estampava o nosso passaporte, confirmando a nossa passagem por todas as belíssimas paisagens que visitamos. Sempre um novo aprendizado, uma nova experiência e novas histórias para contar. Você, mesmo sabendo da impossibilidade de apreender o todo, com seu olhar e sensibilidade de artista que é, mantinha-me atento às coisas mais simples daquela jornada. Nos 22 dias de viagem,

lembrávamos do escritor e viajante Paul Theroux: “A essência de uma viagem é o inesperado”. E o inesperado foi o que fez dessa viagem inesquecível. Por conta da extensão e complexidade do caminho, ter o nosso certificado da Estrada Real é motivo de muito orgulho.

À amiga de curso Flávia Amélia, pela lição mais profunda que vivi de postura, disciplina e seriedade em tudo a que se propõe. Gratidão pela sua valiosa parceria nessa caminhada, que se traduziu sempre em entusiasmadas conversas, trocas e continuado estímulo. Escrevendo estes agradecimentos, me lembrei até das nossas “listinhas de atividades das disciplinas” que fazíamos aos sábados para a próxima semana. Quantas “listinhas” fizemos! Friend, honramos o nosso pacto do primeiro dia de aula: enfim, Mestres!

E a amizade veio também quando não esperava: Chris Lopes. Com você o Mestrado se tornou lar. Obrigado pela amizade e por tantos momentos de alegria. Juntos, estivemos em disciplinas do curso e projetos de extensão, orientamos trabalhos acadêmicos, trabalhamos no mesmo núcleo de pesquisa, fomos para apresentações em congressos e tivemos vários momentos de “terapia” durante esse percurso. Obrigado por ter estado junto a mim, até mesmo quando eu não estava disposto em vários momentos dessa caminhada e pelos conselhos, apoio e confiança. Gratidão por dividir comigo a sua energia, que me auxilia a repensar minhas atitudes e convicções de mundo. “Voa, cara. Voa!” (SIC). Sentirei saudades!

Ao Prof. Dr. Alex Carvalho e ao Dr. Enerino Cardoso, que é o baiano mais mineiro que conheço. Celebro a existência de vocês em minha vida. Obrigado por serem semeadores de mineiridades. As montanhas de Minas nos abraçam, mas também nos permitem ir e vir. Estar com vocês encurta as distâncias do meu mundo.

Ao Núcleo de Pesquisa em Estratégia e Competitividade (NUPEC), pelo acolhimento e por inflamar a nobre função da pesquisa, o que representou uma oportunidade imensurável de crescimento acadêmico e, também, pessoal. A todos, obrigado pela oportunidade de aprender e contribuir.

Aos meus alunos, passados e presentes. Vocês são meu estímulo.

A Rachel, Fernanda e Vera, quando à frente da secretaria da Pós-graduação, por terem tornado mais leve aquela fase.

À Fapemig pela concessão parcial da bolsa, apoio fundamental para a realização desta pesquisa.

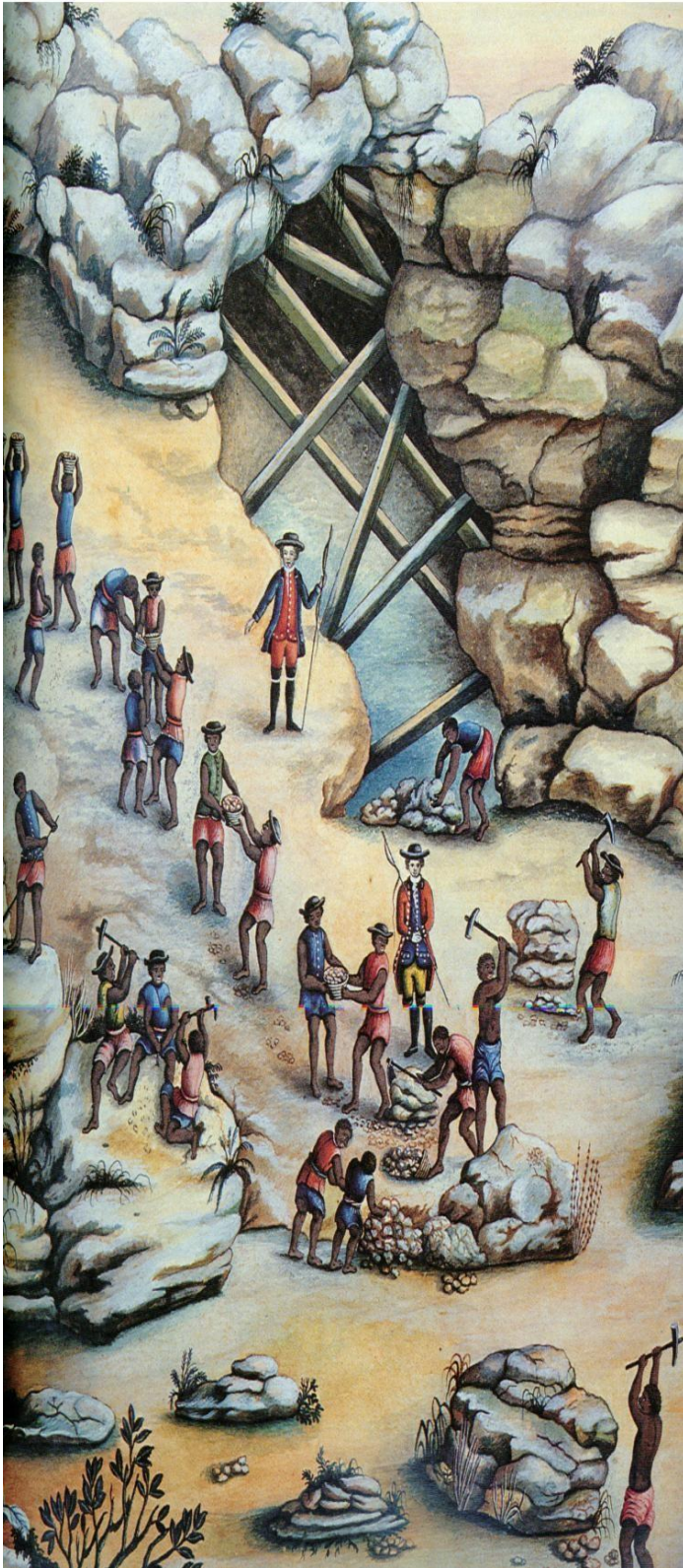
Há muito mais a quem agradecer. A todos aqueles que, embora não nomeados, me brindaram com seus inestimáveis apoios em distintos momentos. Também, por suas presenças afetivas em inesquecíveis *antropological blues*, o meu reconhecido e muito obrigado! Todos vocês são coautores deste trabalho.

A cada manhã em que eu acordar me movimentando no mundo eu estou buscando a minha felicidade. Eu sei que em algum momento eu vou fraquejar. Mas eu vou continuar seguindo. Eu nunca vou deixar de tentar. O mais importante para mim é não desistir.

Conheça antes os mineiros

Mineiro não é desconfiado, é manhoso.
Com astúcia mede os gestos e as palavras do interlocutor, como se observasse um adversário.
É retraído, lento, espia de lado.
Não se ofende ao ser chamado de ingênuo, isso facilita-lhe os negócios.
Mineiro quando quer, não diz. Faz que vai, não vai. Aproveita as falhas do jogo. Briga calado. Boi
sonso, marrada certa. É um homem de conversa mansa.
Fala baixo.
Tem horror à elegância, à controvérsia e à empáfia.
É um povo sem lirismo, imediatista, pragmático.
Não divaga. Quem disse que mineiro não resolve na hora?
Quando ele diz: “volte amanhã”, você não precisa voltar. Já resolveu.
Duas profissões criadas sob medida para mineiros: primeiro-ministro e gerente de banco. Minas
não dá grande importância à glória de seus filhos.
Não louva muito as suas obras, nem canta seus feitos.
Você já imaginou o Tiradentes gaúcho, o Aleijadinho paulista ou Santos Dumont nascido na
Bahia?
Seriam monumentos, bandeiras e museus, e exaltados profusamente em sambas.
Há mineiros que nasceram em outras regiões e que nunca vieram a Minas, Machado de Assis, por
exemplo.
Minas não é um Estado da Federação; é um estado de espírito.

Bueno de Rivera



Romanceiro da Inconfidência

A vastidão desses campos.
A alta muralha das serras.
As avras inchadas de ouro.
Os diamantes entre as pedras.
Negros, índios e mulatos.
Almocafres e gamelas.
Os rios todos virados.
Toda revirada, a terra.
Capitães, governadores,
Padres, intendentos, poetas.
Carros, liteiras douradas, Cavalos de crina
aberta.
A água a transbordar das fontes.
Altars cheios de velas.
Cavalhadas.
Luminárias.
Sinos.
Procissões.
Promessas.
Anjos e santos nascendo em mãos de
gangrena e lepra.
Finas músicas broslando as alfaias das
capelas.
Todos os sonhos barrocos
Deslizando pelas pedras.
Pátios de seixos.
Escadas.
Boticas.
Pontes.
Conversas.
Gente que chega e que passa.
E as ideias.

Cecília Meireles

RESUMO

Escolher um destino de viagem é mais do que selecionar uma cidade, um país ou, simplesmente, um local para estadia. É também “sonhar” com um lugar, aguardar pelo dia da viagem e, sobretudo, realizar um desejo. Ainda, compreende escolher o destino que ficará gravado em nossas memórias e que traremos em nossas fotos. Essas lembranças, frequentemente, são compartilhadas com terceiros, que, quando nos ouvem retomar os dias vividos em determinados locais, podem ter aguçado o interesse por conhecê-las. Neste contexto, os gestores responsáveis por cada localidade procuram diferencia-las das demais, com o propósito de declarar sua identidade e traços principais, promovendo vetores de atração nas áreas econômica, política ou psicossocial. Com essa visão, muitos lugares têm adotado estratégias de marketing para reconstruir ou promover sua imagem, fortalecendo-a como opção de destino nos âmbitos nacional e internacional, tornando-a mais atrativa e culminando na utilização do que se convencionou chamar na literatura da área de gestão por “marketing de lugar”. Especificamente em Minas Gerais, o percurso denominado "Estrada Real" integra um projeto de desenvolvimento do turismo local, a partir de um trajeto originalmente utilizado por bandeirantes, escravos, tropeiros e aventureiros interessados na exploração das riquezas das Minas Gerais dos séculos XVII a XIX. O percurso passa por 179 cidades e distritos em seus 1.400 quilômetros de extensão, sendo que destas, 163 estão localizadas em Minas Gerais, 8 no Rio de Janeiro e 8 em São Paulo. Este estudo teve por objetivo principal descrever e analisar como é realizada a construção da imagem das cidades que compõem o Caminho Velho da Estrada Real, com base no marketing de lugares. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, de natureza etnográfica. A construção dos dados contemplou quatro etapas: pesquisa documental, entrevistas, observação participante e observação não participante. Entre os dias 2 e 24 de janeiro de 2019, foram realizadas 235 entrevistas com os sujeitos de pesquisa, nas dezenove cidades selecionadas para este estudo que compõem o Caminho Velho da Estrada Real, percorridas pelo pesquisador. Para a sistematização da análise dos dados, foi selecionada uma entrevista com turista por cidade que pudesse representar o contexto visitado, além de quatro entrevistas com agentes públicos ou atores relacionados ao turismo. Apurou-se que o projeto Estrada Real representa um grande potencial turístico, com atrativos naturais, como, cachoeiras e balneários, além de prédios coloniais, muitos artigos históricos, uma culinária que é referência nacional e a própria trilha histórica do ouro, constituindo-se na maior rota turística do Brasil. A imagem agregada à Estrada Real é forte e bela, atrativa e potencial, além de ser permeada pela instigante “cultura mineira”, com pratos tradicionais e construções culturais típicas. Contudo, os turistas evidenciam a falta de campanhas efetivas que divulguem o trajeto, sendo que há apenas um *site* oficial, que não é sequer divulgado pelos órgãos competentes. Outro fato observado prende-se à falta de organização e integração por parte dos municípios abrangidos. Destaca-se que os municípios com um fluxo pequeno de turistas parecem carecer de cuidados especiais de preservação e valorização. A falta de estrutura do próprio projeto e o baixo investimento em infraestrutura para receber o turista afetam diretamente a questão da frequência com que o turista volta ao local, uma vez que, sendo bem recebido tende a voltar, mas se for mal recebido ou sofre com imprevisto pela falta de infraestrutura, além de não mais voltar deixa de indicar o local a conhecidos e parentes. O maior ponto de conflito parece ser aquele relacionado ao fato de que o Instituto Estrada Real já considera a Estrada Real como um produto turístico constituído e acabado, o que, em verdade, ainda não se configurou.

Palavras-chave: Marketing de lugares. Turismo. Estrada Real. Mineiridade.

ABSTRACT

Choosing a travel destination is more than selecting a city, a country or simply a place to stay. It is also “dreaming” of a place, waiting for the day of travel and, above all, fulfilling a wish. Also, understand choosing the destination that will be recorded in our memories and which we will bring in our photos. These memories are often shared with others who, when they hear us resume the days lived in certain places, may have heightened interest in knowing them. In this context, the managers responsible for each location seek to differentiate them from the others, with the purpose of declaring their identity and main traits, promoting vectors of attraction in the economic, political or psychosocial areas. With this vision, many places have adopted marketing strategies to rebuild or promote their image, strengthening it as a destination option at national and international levels, making it more attractive and culminating in the use of what has been called in the literature of the area. management by “place marketing”. Specifically in Minas Gerais, the so-called "Estrada Real" is part of a local tourism development project, based on a route originally used by bandeirantes, slaves, tropeiros and adventurers interested in the exploration of the riches of Minas Gerais from the 17th to 19th centuries. The route runs through 179 cities and districts in its 1,400 kilometers, of which 163 are located in Minas Gerais, 8 in Rio de Janeiro and 8 in São Paulo. This study aimed to describe and analyze how the image construction of the cities that make up the Caminho Velho of Estrada Real is made, based on the marketing of places. A qualitative research of ethnographic nature was performed. The construction of the data included four stages: documentary research, interviews, participant observation and non-participant observation. Between January 2 and 24, 2019, 235 interviews were conducted with the research subjects in the nineteen cities selected for this study that compose the Caminho Velho of Estrada Real, covered by the researcher. To systematize the data analysis, an interview with tourist by city that could represent the visited context was selected, besides four interviews with public agents or actors related to tourism. It was found that the Estrada Real project represents a great tourist potential, with natural attractions such as waterfalls and spas, as well as colonial buildings, many historical articles, a national reference cuisine and the historical gold trail itself. on the largest tourist route in Brazil. The image added to Estrada Real is strong and beautiful, attractive and potential, and is permeated by the exciting “mining culture”, with traditional dishes and typical cultural constructions. However, tourists point out the lack of effective campaigns to publicize the route, and there is only one official website, which is not even disclosed by the competent agencies. Another fact observed is due to the lack of organization and integration by the municipalities covered. It is noteworthy that municipalities with a small flow of tourists seem to lack special care for preservation and enhancement. The lack of structure of the project itself and the low investment in infrastructure to receive the tourist directly affect the question of how often the tourist returns to the place, since being well received tends to return, but if it is poorly received or suffers from unforeseen by the lack of infrastructure, in addition to no longer return fails to indicate the location to acquaintances and relatives. The biggest point of conflict seems to be related to the fact that the Estrada Real Institute already considers Estrada Real as a constituted and finished tourism product, which, in fact, has not yet been configured.

Key words: Place marketing. Tourism. Estrada Real. Mineiridade [being as the Minas Gerais inhabitants profile].

RESUMEN

Elegir un destino de viaje es más que seleccionar una ciudad, un país o simplemente un lugar para quedarse. También es "soñar" con un lugar, esperar el día del viaje y, sobre todo, cumplir un deseo. Además, comprende la elección del destino que se grabará en nuestros recuerdos y el que traeremos en nuestras fotos. Estos recuerdos a menudo se comparten con otros que, cuando nos escuchan resumir los días vividos en ciertos lugares, pueden haber aumentado el interés en conocerlos. En este contexto, los gerentes responsables de cada ubicación buscan diferenciarlos de los demás, con el propósito de declarar su identidad y rasgos principales, promoviendo vectores de atracción en las áreas económica, política o psicosocial. Con esta visión, muchos lugares han adoptado estrategias de marketing para reconstruir o promover su imagen, fortaleciéndola como una opción de destino a nivel nacional e internacional, haciéndola más atractiva y culminando con el uso de lo que se ha llamado en la literatura del área gestión por "marketing de lugar". Específicamente en Minas Gerais, el llamado "Estrada Real" es parte de un proyecto de desarrollo turístico local, basado en una ruta originalmente utilizada por bandeirantes, esclavos, tropeiros y aventureros interesados en la exploración de las riquezas de Minas Gerais de los siglos XVII al XIX. La ruta atraviesa 179 ciudades y distritos en sus 1.400 kilómetros, de los cuales 163 se encuentran en Minas Gerais, 8 en Río de Janeiro y 8 en São Paulo. Este estudio tuvo como objetivo describir y analizar cómo se realiza la construcción de imágenes de las ciudades que conforman el Caminho Velho de Estrada Real, en base a la comercialización de lugares. Se realizó una investigación cualitativa de naturaleza etnográfica. La construcción de los datos incluyó cuatro etapas: investigación documental, entrevistas, observación participante y observación no participante. Entre el 2 y el 24 de enero de 2019, se realizaron 235 entrevistas con los sujetos de investigación en las diecinueve ciudades seleccionadas para este estudio que componen el Caminho Velho de Estrada Real, cubierto por el investigador. Para sistematizar el análisis de datos, se seleccionó una entrevista con el turista por ciudad que podría representar el contexto visitado, además de cuatro entrevistas con agentes públicos o actores relacionados con el turismo. Se descubrió que el proyecto Estrada Real representa un gran potencial turístico, con atracciones naturales como cascadas y spas, así como edificios coloniales, muchos artículos históricos, una cocina de referencia nacional y el histórico camino del oro en sí. en la ruta turística más grande de Brasil. La imagen agregada a Estrada Real es fuerte y hermosa, atractiva y potencial, y está impregnada de la emocionante "cultura minera", con platos tradicionales y construcciones culturales típicas. Sin embargo, los turistas señalan la falta de campañas efectivas para publicitar la ruta, y solo hay un sitio web oficial, que ni siquiera es revelado por las agencias competentes. Otro hecho observado se debe a la falta de organización e integración por parte de los municipios cubiertos. Es de destacar que los municipios con un pequeño flujo de turistas parecen carecer de cuidados especiales para su preservación y mejora. La falta de estructura del proyecto en sí y la baja inversión en infraestructura para recibir al turista afectan directamente la cuestión de con qué frecuencia el turista regresa al lugar, ya que ser bien recibido tiende a regresar, pero si es mal recibido o sufre de imprevisto por la falta de infraestructura, además de no volver ya no indica la ubicación a conocidos y familiares. El mayor punto de conflicto parece estar relacionado con el hecho de que el Instituto Estrada Real ya considera a Estrada Real como un producto turístico constituido y terminado, que, de hecho, aún no se ha configurado.

Palabras-clave: Comercialización de lugar. Turismo. Estrada Real. Mineiridade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Mapa dos conjuntos tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em Minas Gerais	29
Figura 2	Mapa da distribuição espacial dos caminhos da Estrada Real	32
Figura 3	Mapa do Caminho Velho da Estrada Real	39
Figura 4	Passaporte da Estrada Real	56
Figura 5	Caminho Religioso da Estrada Real (CRER)	59
Figura 6	Terroirs: rota gastronômica da Estrada Real	61
Quadro 1	Cidades tombadas nos Caminhos da Estrada Real	29
Quadro 2	Pontos de retirada do Passaporte Estrada Real	57
Quadro 3	Número mínimo de carimbos para certificado digital	57
Quadro 4	Síntese metodológica da pesquisa	87
Quadro 5	Número de entrevistados por cidade	116
Quadro 6	Categorias e subcategorias do conteúdo das entrevistas	117

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPAD	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
AP	Agente Público
AT	Atores do turismo local
CRER	Caminho Religioso da Estrada Real
EFOM	Estrada de Ferro Oeste de Minas
EIA	Estudo de Impacto Ambiental
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FIEMG	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
IEPHA/MG	Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais
IER	Instituto Estrada Real
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
OMT	Organização Mundial do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
SCIELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
SETUR	Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais
SPELL	<i>Scientific Periodicals Eletronic Library</i>
TIC	Tecnologias de Comunicação e Informação
TU	Turistas
TURISMINAS	Empresa Mineira de Turismo
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

1	CONSIDERAÇÕES INICIAIS	18
1.1	Objetivos da pesquisa	22
1.1.1	Objetivo geral	22
1.1.2	Objetivos específicos.....	22
1.2	Justificativa.....	22
2	CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO DA PESQUISA	25
2.1	Caracterização histórica da área de estudo.....	25
2.2	A Estrada Real e os caminhos do ouro	30
2.3	Os trechos do Caminho Velho da Estrada Real	37
3	DISCUSSÃO TEÓRICA: conceitos fundamentais e características regionais	41
3.1	Marketing de lugares.....	41
3.1.1	Estratégia de marketing de lugares	44
3.2	Turismo: Conceitos e importância da atividade	48
3.3	Principais características do turismo na área de estudo	53
3.4	Políticas públicas de turismo em Minas Gerais	62
3.5	Mineiridade	65
4	ASPECTOS E TRAJETOS METODOLÓGICOS	80
4.1	Tipo de pesquisa, abordagem e método de pesquisa	80
4.2	Unidade de análise, unidade de observação e sujeitos de pesquisa	82
4.3	Construção dos dados.....	83
4.4	Técnica de análise dos dados qualitativos	86
4.5	Síntese da metodologia	87
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO	88
5.1	Adentrando no campo de pesquisa.....	88
5.2	Caracterização do perfil dos entrevistados	116
5.3	Análise qualitativa: categorias e subcategorias.....	117
5.4	Conhecimento acerca da Estrada Real.	118
5.5	Governo e (des)governo no percurso da Estrada Real	143
5.6	Planejamento de um percurso de viagem - turismo.....	153
5.7	Imagem e cultura: a cidade, na percepção dos entrevistados.....	162
6	REFLEXÕES FINAIS	171
	REFERÊNCIAS	175
	ANEXO	184

APÊNDICE	198
-----------------------	------------

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O Meio
 Assim era no princípio
 Metáfora pura
 Suspensa no ar
 Assim era no princípio
 Só bocas abertas
 Inda balbuciantes
 Querendo cantar
 Por isso que sempre no início
 A gente não sabe como começar
 Começa porque sem começo
 Sem esse pedaço não dá pra avançar
 [...]
 Depois todo aquele receio
 Partindo do meio, podia evitar
 Até para as crianças nascerem
 Nascendo no meio, não iam chorar
 Diria, sem muito rodeio
 No princípio era o meio
 E o meio era bom
 Depois é que veio o verbo
 Um pouco mais lerdo
 Que tornou tudo bem mais difícil
 Criou o real, criou o fictício
 Criou o natural, criou o artifício
 Criou o final, criou o início
 O início que agora deu nisso.

Luiz Augusto.¹

As cidades e os territórios atingem dimensões supostamente intangíveis, reflexo do reconhecimento dos novos papéis desempenhados pelos indivíduos no processo de criação de valor. Os gestores responsáveis por suas localidades procuram diferenciá-las valorizando sua identidade, peculiaridades e traços culturais, históricos e sociais, promovendo vetores de atração nas áreas econômica, política e psicossocial. Dessa forma, os lugares se tornaram uma fonte de vantagem competitiva, valendo-se de planejamentos e táticas para atrair turistas, residentes, profissionais, organizações e mercados, com a intenção de proporcionar seu desenvolvimento e sustentabilidade (FERNANDES; GAMA, 2006).

¹ Luiz Augusto de Moraes é músico, linguista e professor titular do Departamento de Linguística da Faculdade de Filosofia, Letras & Ciências Humanas da USP.

Com base nessa visão, muitos lugares têm adotado estratégias de marketing para reconstruir ou promover sua imagem, fortalecendo-a como opção de destino nos âmbitos nacional e internacional, tornando-os mais atrativos, e culminando na utilização do que se convencionou a chamar na literatura da área de gestão por “marketing de lugar”. Por isso, torna-se importante discutir as cidades e os lugares no contexto do seu funcionamento, como matrizes para o desenvolvimento de processos estratégicos de marketing de lugares, baseando-se na aposta em diferentes esferas da cidade e em elementos-chave, como, as redes, a liderança e os recursos humanos quantificados em capital intelectual e nos fluxos de conhecimento (FERNANDES; GAMA, 2006).

Segundo Ocke e Ikeda (2014), o marketing de lugar é analisado em função de diferentes abordagens características de sua natureza multidisciplinar. A maioria dos estudos busca conceituá-lo com referência ao desenvolvimento sustentável do local, visando satisfazer aos segmentos-alvo, identificados como atual e potencial, com o intuito de criar ou gerar valor positivo para os envolvidos e de fortalecer a atratividade e a competitividade de um lugar, com foco nos mercados externo e interno. Dessa forma, surge como um dos elementos centrais do planejamento estratégico das cidades e regiões, partindo de suas singularidades e especificidades, integrando-as e projetando-as no contexto global de competitividade, tendo em conta sua vocação e visão, promovendo-as e afirmando-as.

A utilização do marketing de lugares para fins de planejamento pressupõe o uso de técnicas capazes de auxiliar no desenvolvimento do território, mediante a criação de uma marca consistente, sua promoção² e divulgação da imagem e particularidades do lugar. O marketing de lugar tem se desenvolvido ao longo do tempo em fases que diferem não só em sua sofisticação, como também em suas abordagens e objetivos, as quais podem ser agrupadas em três perspectivas amplamente desenvolvidas: promoção de lugares, planejamento e *branding*. Não necessariamente seguem um cronograma específico e tampouco apresentam uma distinção claramente definida (OCKE; IKEDA, 2014).

² Autores também referenciam o tema como: *place promotion* e perspectiva promocional. Para os efeitos de padronização, adota-se neste estudo o termo *promoção de lugares*.

A dimensão multidisciplinar do marketing de lugar congrega diversos campos, como, Geografia, Antropologia, Economia, Administração e Turismo. A perspectiva multidisciplinar permite a compreensão coletiva e sua expansão para campos mais amplos e diversificados que possam beneficiar-se de seu conhecimento. O marketing de lugar é um campo de estudo que possibilita trocas de saberes e significados no cenário territorial, com enfoque em diferentes grupos de interesse (OCKE; IKEDA, 2014).

No âmbito promocional, devem-se propagar imagens locais que transpareçam a essência do lugar, por intermédio de meios adequados de comunicação que estejam em sintonia com os interesses dos públicos que se pretende alcançar. Um dos problemas que permeiam a esfera pública e a privada prende-se à discussão em torno da geração de novas possibilidades de crescimento econômico, aliado ao desenvolvimento do turismo com base na imagem. Nesse aspecto, o turismo tem sido tratado como uma atividade de boa rentabilidade e que pode trazer desenvolvimento para as comunidades que o recebem (PÁDUA, 2007). Ele compreende não apenas a locomoção, a hospedagem e a visitação de atrativos turísticos, mas também a oferta dos produtos e serviços fundamentais a um lugar turístico. Seu conceito tem experimentado transformações de diversas ordens, não apenas no âmbito individual e organizacional, como também no nível local e no regional.

O apelo cultural do turismo compreende o lugar de reflexão da expressão cultural local, da identidade e da composição social. Em casos especiais, usa-se a terminologia *patrimônio cultural* para referir-se àquilo que deve ser divulgado, valorizado e preservado. A intenção primária do turismo cultural é promover esses espaços e divulgar a cultura e o modo de viver de uma comunidade, manifestos em suas tradições, festas, religiosidade, gastronomia, crenças e atrativos histórico-culturais (SARMENTO, 2004).

Neste ponto, apoiado na importância da construção e promoção da imagem local para o marketing de lugares, o conceito e a finalidade do turismo cultural se alinham com o objeto de estudo eleito para este trabalho: o Caminho Velho da Estrada Real, localizado no estado de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. Em janeiro de 1999, o governo do estado aprovou a Lei 13.173, que instituiu o Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico

da Estrada Real. Ressalta-se que este espaço é visto como sede da ação, onde se processa o desenvolvimento econômico, social e cultural, sendo produto da herança histórica. O percurso denominado "Estrada Real" foi originalmente utilizado por bandeirantes, escravos, tropeiros e aventureiros interessados na exploração das riquezas das Minas Gerais dos séculos XVII a XIX. Atualmente, o percurso passa por 179 cidades e distritos, em seus 1.630 quilômetros de extensão, sendo que destas 163 estão localizadas em Minas Gerais, 8 no Rio de Janeiro e 8 em São Paulo (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

De acordo com Costa (2005), a Estrada Real é um importante marco do período colonial brasileiro. O fluxo de viajantes ao longo de seus quatro caminhos: — Caminho Velho, Caminho Novo, Caminho dos Diamantes e Caminho de Sabarabuçu — favorece não só o turismo na maior rota turística do País, como também outros setores da indústria e de serviços. Ao longo dos caminhos, o turista pode usufruir uma rica paisagem cultural, que reúne significativo patrimônio histórico material e imaterial, constituída de elementos naturais e artefatos agenciados pela mão humana, representados por construções isoladas na área rural, inúmeros vilarejos e distritos que fazem parte das cidades que foram, um dia, as vilas mineradoras e que deram identidade às Minas Gerais.

Inicialmente, o caminho ligava a antiga Vila Rica, hoje Ouro Preto, ao Porto de Paraty, no litoral fluminense, por onde circulavam as pessoas, as mercadorias e, principalmente, o ouro, que era escoado para a Europa. A partir do século XVIII, com a abertura de um "Caminho Novo", ligando a cidade do Rio de Janeiro à antiga capital das Minas, esta antiga rota ficou conhecida como "o Caminho Velho", que, com o início da exploração das pedras preciosas na região do Serro, estendeu-se até o Arraial do Tejuco, atual Diamantina, "Caminho dos Diamantes". No século XVIII, viajantes observaram um brilho diferente na serra de Sabarabuçu, hoje conhecida como "Serra da Piedade", e pensaram que era ouro. Todavia, era minério de ferro, refletido pela luz do Sol. Para chegar até a serra que reluzia, esses viajantes buscaram uma rota alternativa entre Ouro Preto, no Caminho Velho, e Barão de Cocais, no Caminho dos Diamantes. Assim, surgiu o menor caminho da Estrada Real, o "Caminho de Sabarabuçu". A Estrada Real, que antes era um lugar que o ouro habitava, hoje é uma mina de ouro para o turismo (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

Tendo em vista as argumentações apresentadas até então, este estudo busca responder à seguinte questão norteadora da pesquisa: **Como ocorre a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real, na percepção de turistas e dos atores envolvidos no turismo cultural local?**

1.1 Objetivos da pesquisa

Com a finalidade de responder à questão de pesquisa, acima apresentada, foram estabelecidos os seguintes objetivos:

1.1.1 Objetivo geral

Analisar a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real, na percepção de turistas e dos atores locais envolvidos no turismo cultural local.

1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- a) Descrever o projeto Estrada Real no que se refere a organização do espaço e da economia das cidades históricas do Caminho Velho da Estrada Real.
- b) Analisar os aspectos históricos e culturais do Caminho Velho da Estrada Real a partir da historicidade brasileira e da mineiridade.
- c) Analisar a construção histórica e cultural do Caminho Velho da Estrada Real, na percepção dos atores envolvidos com o turismo cultural local.
- d) Analisar as contribuições do Marketing de Lugares para a promoção do Caminho Velho da Estrada Real.

1.2 Justificativa

Este estudo justifica-se com base nos pontos de vista acadêmico e social. Quanto à relevância acadêmica, sua importância está na promoção do conhecimento, pois a pesquisa

é relevante, na medida em que conduz à obtenção de novos conhecimentos (GIL, 2006). Buscando identificar a produção científica relacionada ao tema “marketing de lugares”, promoveram-se pesquisas nas bases de dados da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e no *Scientific Eletronic Library Online* (SCIELO).

Por meio de buscas das palavras-chaves: — marketing de lugares, marketing *place* e *city* marketing — em periódicos publicados no período de janeiro de 2008 a dezembro de 2018, compreendendo os últimos dez anos, foram encontradas poucas publicações abordando este assunto. Isso evidencia quão recente é o interesse por estudos interessados em explicitar que um lugar também pode fazer uso do marketing no sentido de utilizar um modelo de planejamento de modo a posicionar-se no chamado “mercado de cidades”. Portanto, o tema merece ser investigado, visando atrair a atenção da academia, para proporcionar mais uma visão de estudos com perspectivas diferentes.

A partir da análise das publicações foi possível constatar que o volume voltado para o marketing de lugares nos últimos dez anos indica que a associação entre o marketing e uma cidade é pouco estudado, confirmando uma significativa lacuna teórica. Dessa forma, este trabalho pode contribuir para preencher tal lacuna, na medida em que permite lançar luz sobre questões vinculadas ao marketing de lugar que não se limitam a um campo científico de área específica mas, em vez disso, compreende um campo multidisciplinar de investigação que envolve uma gama de perspectivas, diferentes pontos de partida, terminologias, estruturas teóricas e abordagens empíricas, conforme proposto por Ocke e Ikeda (2014).

Já no cenário internacional, para Fernandes e Gama (2006) o marketing de lugares tem sido discutido por inúmeros autores (ASHWORTH; VOOGD, 1990; HOLCOMB, 1999; KEARNS; PHILO, 1993; KOTLER, 1993; NOISETTE; VALLERÚGO, 1996; CIDRAIS, 1998; GOLD; WARD, 1999; BARKE, 1999; MERRILEES, MILLER, & HERINGTON, 2009; VAN DEN BERG; BRAUN, 1999), a partir de duas grandes aproximações: primeira, aquela que vê o marketing territorial como parte de uma nova economia política para as cidades e regiões;

e, segunda, como estratégias mais práticas que transportam o marketing tipicamente empresarial para a cidade.

Quanto à relevância social, este estudo poderá levar os gestores dos municípios envolvidos, direta e indiretamente, no projeto Estrada Real a refletirem sobre a orientação da política urbana associada à criação ou ao atendimento das necessidades do consumidor, seja este empresário, turista ou o próprio cidadão. Segundo Sánchez (2001), o marketing de lugares é uma promoção da cidade que tem por objetivo atingir os próprios moradores, bem como os possíveis investidores, a qual busca criar uma imagem da cidade focada em um impacto social. Cria-se um sentimento de orgulho com relação a cidade, centrando-se toda a atenção do turista em determinados aspectos predeterminados e conhecidos. Ainda quanto a relevância social, a partir dos resultados obtidos por este trabalho, espera-se contribuir para promoção do patrimônio imaterial cultural e histórico do estado de Minas Gerais, por meio do consumo e da valorização da “mineiridade”, das expressões culturais locais e do modo de vida comunitário, assim como de ações de inserção social, que constroem o efetivo desenvolvimento socioeconômico local. Portanto, espera-se oferecer à sociedade subsídios para a promoção de ações públicas nos âmbitos estadual, municipal e privado, no intuito de obedecer a premissa da geração de desenvolvimento local, embasando o projeto Estrada Real. Assim, o trabalho produz uma discussão que efetivamente promove e divulga esse espaço enquanto uma oportunidade de (re)encontro com a nossa historicidade e cultura, informando e democratizando a cultura. Para Nave (2009), a temática assume cada vez mais destaque na comunicação social, sobretudo nos noticiários, nos quais quase diariamente se observam situações em que os lugares lutam entre si para atrair investimentos, negócios, turistas e residentes, bem como a legitimação da cultura local.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO DA PESQUISA

O caminho segue por essas belas montanhas sempre acima e desenrola aos olhos do viajante a cada passo, objetos do maior interesse³...

Este capítulo dedica-se a descrever o cenário objeto de estudo, a partir da contextualização de sua origem, objetivos e características. Divide-se em três subcapítulos: “Caracterização histórica da área de estudo”; “A Estrada Real e os caminhos do ouro”; e “Os trechos do Caminho Velho da Estrada Real”.

2.1 Caracterização histórica da área de estudo

Após a chegada oficial, em 22 de abril de 1500, da frota comandada por Pedro Álvares Cabral ao território denominado “Ilha de Vera Cruz” (terras que hoje compõem o território do Brasil), no período de trinta anos os portugueses extraíam apenas o pau-brasil das terras da colônia. Em 1529, com o início da construção de Salvador, iniciou-se a efetiva ocupação do Brasil (GORENDER, 1978).

Para Cabral (1985), a coroa portuguesa incentivou e sustentou as bandeiras, expedições organizadas com o objetivo de explorar rotineiramente as terras do interior do Brasil buscando por minerais e pedras preciosas, além do apresamento dos índios para escravização, atividade que garantia o lucro à bandeira quando não eram encontrados diamantes ou ouro.

As bandeiras saíam, principalmente, da capitania da Bahia, em um primeiro momento, e em seguida, das capitanias do Espírito Santo e de São Vicente, atual São Paulo. Não era uma tarefa fácil organizá-las e muito menos explorar o interior do território colonial. Havia a necessidade de preparar muitas provisões, como, alimentos, armas e instrumentos, que deviam ser transportados por animais (PERRIN, 1969).

³ Os naturalistas Spix e Martius chegando à serra de Ouro Branco. LISBOA, Karen Macknow. **A Nova Atlântida de Spix e Martius: natureza e civilização na Viagem pelo Brasil (1817-1820)**. Editora Hucitec, 1997.

Segundo Costa (2005), na segunda metade do século XVI deu-se a construção de caminhos para o interior, especialmente percorrendo o vale do rio São Francisco, região bastante explorada pelos baianos. Outra tarefa difícil era reunir homens que estivessem dispostos a penetrar mata adentro e permanecer muitos meses no interior, sem a certeza do retorno com vida a seus povoados e do êxito que teriam na descoberta de riquezas ou no enfrentamento e apresamento dos índios. Ao final dos anos quinhentos, período do conhecimento do governo português, iniciou-se a ligação entre o interior da porção centro-sul de sua colônia e a existência dos metais preciosos.

As serras na região representaram um obstáculo. Assim, esses caminhos, normalmente, eram trilhados ao longo dos rios, aproveitando-se de 23 gargantas escavadas pelas águas. Após tentativas de estender o conhecimento das minas a partir da Bahia, o entrave representado pelo Complexo do Espinhaço dificultava o avanço. O autor afirmava que ao sul o Planalto de Piratininga, atual cidade de São Paulo, foi apanhado pela abertura do caminho do mar. A localização de São Paulo do Piratininga, a boca do sertão e a exploração do acesso já consagrado estimularam um grande número de bandeiras e expedições organizadas em direção a Minas Gerais e para o oeste, nos atuais estados de Goiás e Mato Grosso (COSTA, 2005).

A descoberta do ouro ensejou grande movimento populacional à região. Bandeirantes, mineradores e imigrantes se firmaram ao longo dos percursos para assegurar terras e lavras, surgindo daí vilas e arraiais, que cresciam ao redor de vendas e ranchos tropeiros, na beira de caminhos, chegando a provocar o despovoamento de algumas regiões, devido à atração que a nova capitania das Minas Gerais significava (GORENDER, 1978).

De acordo com Costa (2005), o mais antigo dos trechos para as minas era aquele pelo qual haviam passado os bandeirantes, partindo de São Paulo até as ramificações superiores do rio São Francisco, que ficou popularmente conhecido como “Caminho geral do sertão”. Porém, todo viajante que se dirigia à capitania das Minas Gerais tinha que alcançar a Villa de São Paulo pelo caminho do mar, que partia da região de Santos. Nos anos seiscentos, iniciou-se uma conexão deste caminho com outro, construído a partir da sede da capitania

do Rio de Janeiro até Guaratinguetá, em São Paulo, que rodeava um trecho pelo mar até Paraty. Essa divisão resultou na diminuição do percurso marítimo, chegando até Santos. A conexão entre o Rio de Janeiro e Guaratinguetá passou a ser chamada “Caminho Velho”, para distinguir do outro, mais curto e novo, cuja construção começou em 1698, renomeado como “Caminho Novo”, que ligava o Rio de Janeiro a São Vicente. Posteriormente estendido até Vila Rica, tornou-se o atual “Caminho Velho”, que liga Paraty, no Rio de Janeiro, a Ouro Preto, em Minas Gerais.

Formada em fins do século XVII (Caminho Velho) e início do século XVIII (Caminho Novo), a Estrada Real estabeleceu a ligação entre o Rio de Janeiro e as províncias auríferas e diamantíferas de Minas Gerais, com evidência para os distritos de Vila Rica (atual Ouro Preto) e Vila do Príncipe / Arraial do Tijuco (atuais Serro/Diamantina). Além de sua importância como espinha dorsal do Ciclo do Ouro, que ocorreu no decorso do século XVIII, constitui a base da criação político-cultural e do ordenamento territorial de sua região de influência, reunindo pré-requisitos para a estruturação e desenvolvimento da nação brasileira (COSTA, 2005).

Costa (2005) sustenta que tal função se ressalta a partir da transferência da Família Real para o Brasil, em princípios do século XIX (1808), quando foram concretizadas ações que incentivaram a formação político institucional e o desenvolvimento do País, cuja maioria encontrou na infraestrutura da Estrada Real as bases indispensáveis para os respectivos êxitos e repercussões que reverberam até os dias atuais. O papel da Estrada Real destaca-se como um dos principais princípios estruturantes do desenvolvimento político cultural e socioeconômico do Brasil.

A Estrada Real desempenhou no século XVIII papel fundamental no processo de ocupação e de interiorização do território brasileiro. Além de garantir a defesa do território, solucionou o problema de abastecimento da metrópole, alcançando resultados que até hoje contribuem para o progresso econômico e social do Brasil e, particularmente, dos Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo (COSTA, 2005).

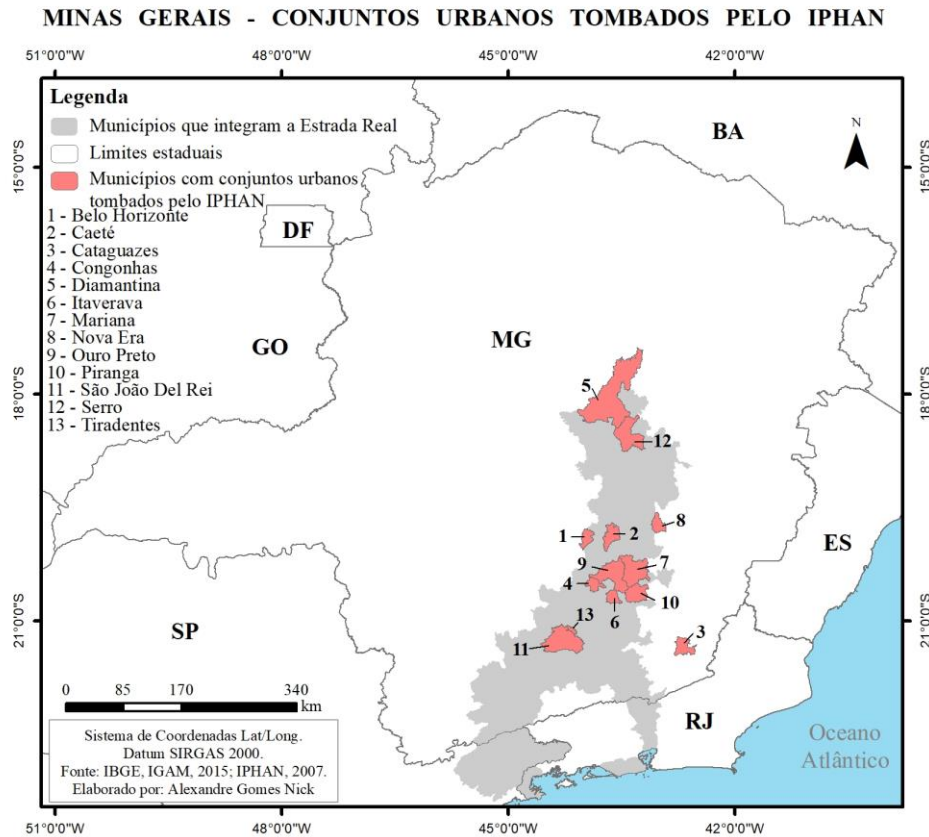
De acordo com Pádua (2007), as cidades envolvidas no projeto Estrada Real têm suas origens ligadas ao período colonial. Contudo, apesar da presença do barroco na maioria das cidades que compõem os caminhos, inclusive com bens tombados individualmente pelo patrimônio nacional, estadual e/ou municipal, no estado de Minas Gerais existem apenas 13 cidades tombadas como conjunto urbano.

A preservação dos bens culturais materiais, no âmbito da ação específica do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), organiza-se em dois grandes conjuntos de atividades: sua identificação e proteção; e sua gestão. No que diz respeito às cidades históricas, ao longo de sua história o IPHAN priorizou ações voltadas a sua proteção, por intermédio do Instituto do Tombamento (PÁDUA, 2007).

Apesar do passivo em bens ainda a serem protegidos, o maior de todos ainda se verifica em ações de gestão dos sítios, conjuntos urbanos ou conjuntos arquitetônicos, em especial em termos de elaboração de suas normas de preservação.

A FIG. 1 mostra os conjuntos urbanos tombados pelo IPHAN, distribuídos entre as cidades de Belo Horizonte (conjunto da Pampulha), Caeté, Cataguases, Itaverava, Mariana, Nova Era, Piranga, São João del-Rei, Congonhas, Diamantina, Ouro Preto, Serro e Tiradentes (IPHAN, 2018).

Figura 1 - Mapa dos conjuntos urbanos tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em Minas Gerais



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Estas cidades estão distribuídas pelos caminhos da Estrada Real, chamados de “Velho”, “Novo”, “Sabarabuçu” e “Diamantes”, conforme descrito no Quadro 1:

Quadro 1 - Cidades tombadas nos Caminhos da Estrada Real

Caminho	Cidade tombada
Velho	Congonhas Ouro Preto São João del-Rei Tiradentes
Novo	Itaverava Mariana Piranga
Sabarabuçu	Caeté
Diamantes	Diamantina Serro

Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

Os conjuntos urbanos tombados de Belo Horizonte (Pampulha), Cataguases e Nova Era não fazem parte do projeto Estrada Real. Conforme redefinido pela própria Portaria 312, de 20 de outubro de 2010, “a cidade tombada ilustra características da arquitetura e urbanismo lusobrasileiro implantado no estado de Minas Gerais desde o século XVIII.” As poligonais de tombamento e entorno refletem, respectivamente, o conjunto arquitetônico e urbanístico que se quer proteger, e a paisagem típica dessa região de Minas Gerais, formada por morros e vales por onde corriam os rios em que foram descobertas as lavras de ouro. Tombado pelo IPHAN em 1937, teve sua regulamentação revisada em 2010 (SICG, 2010).

A seguir, apresentam-se de forma mais detalhada a Estrada Real e os caminhos do ouro.

2.2 A Estrada Real e os caminhos do ouro

A expressão *Estrada Real*, encontrada em documentos da história do Brasil desde 1653, denomina as vias oficiais que, dividindo o território do Brasil colônia, ligavam o interior ao litoral. Tinham o papel, atribuído pela corte portuguesa, de atuar como ponto de controle da circulação de pessoas e riquezas, haja vista que por essas vias passavam coletores de impostos, bandeirantes, escravos, tropeiros e aventureiros, todos interessados nas riquezas da colônia (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

Afirma Renger (2007, p. 135) sobre a aplicação do termo *Estrada Real* se dava:

Aos caminhos do período colonial onde o poder do Estado se fez presente em forma de registros ou outros pontos de cobrança, seja de pedágios, dos direitos de entrada, seja do quinto do Ouro. Assim, nas Minas, as Estradas Reais surgiram em decorrência da inserção do interior do Brasil na política fiscal exercida pela Colônia. Nas Minas, o objetivo primordial do controle dos caminhos era a arrecadação dos quintos de ouro, sempre confiada a funcionários régios (...) formaliza-se, assim, a aplicação do título Estrada Real aos caminhos de Minas, como um conceito fiscal.

Em locais estratégicos dessas estradas, foram instalados os registros, uma espécie de alfândega, onde se cobravam pedágios dos passantes, com base no número de escravos, cavalos e muare, bem como impostos sobre mercadorias e o quinto do ouro. Eram instalados em locais estratégicos dos caminhos, como, passagens entre serras,

desfiladeiros e margens de cursos d'água. Em seu interior, colocavam-se um administrador, um contador, um fiel e dois ou quatro soldados. Esses registros eram de diversos tipos: de ouro; do tráfego de pessoas, mercadorias e animais, da demarcação diamantina, para coibir o contrabando e cobrar os direitos de entrada na zona, e o das contagens, para tributar o trânsito de animais. Além disso, ocorriam patrulhamentos militares ao longo dos caminhos, buscando evitar o contrabando. A função fiscal das estradas reais era a mais importante, pois estava relacionada às áreas de mineração. Todavia, não era a única, pois muitas, como as da pecuária, foram abertas sem este intuito, objetivando sim, abrir vias para abastecer as zonas mineradoras (RENGER, 2007).

Nas Minas Gerais dos séculos XVII a XIX, a cobiça pelo ouro e pelas pedras preciosas criou o chamado “Caminho Velho”, ligando a cidade fluminense de Paraty ao município mineiro de Ouro Preto, e o “Caminho Novo”, do Rio de Janeiro até Ouro Preto e de Ouro Preto até Diamantina, contemporaneamente chamado de “Caminho dos Diamantes”. Já o “Caminho de Sabarabuçu” constituiu a um prolongamento de 150 quilômetros do Caminho Velho. Foi aberto por bandeirantes à procura de prata na região, mas acabou se consolidando como uma importante rota de escoamento de ouro, que era abundante na região, principalmente onde hoje estão localizados os municípios de Sabará e Caeté, em Minas Gerais (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

A FIG. 2 mostra os caminhos que compõem a Estrada Real.

Figura 2 - Mapa da distribuição espacial dos caminhos da Estrada Real



Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

Tendo o Caminho Velho como rota de infiltração, a última década do século XVII significou também a descoberta do ouro no centro da região que corresponde ao atual estado de Minas Gerais, nas localidades de Tripuí, Antônio Dias, Padre Faria, Bueno e Bento Rodrigues, onde surgiu o importante centro minerador de Vila Rica, atual Ouro Preto (FERRAND, 1998).

Para Ferrand (1998), essa descoberta representa o início do “Ciclo do Ouro”, o qual permaneceu por todo o século XVIII, sendo responsável pelo aparecimento de um processo de ocupação e prosperidade na região. A produção gradual do novo centro minerador veio a definir a carência de se construir uma nova rota que proporcionasse, de forma mais rápida e segura a ligação ao litoral e, por este meio, a Portugal.

Garcia Rodrigues Paes foi encarregado pela Coroa Portuguesa de construir o Caminho Novo (ou Estrada da Corte), unindo o novo centro minerador ao Rio de Janeiro. Além de possibilitar uma rota de saída de Vila Rica para o Rio de Janeiro, o Caminho Novo serviu de rota de infiltração, avançando no sentido norte, para ligar Vila Rica a Vila do Príncipe (atual Serro) e ao Arraial do Tijuco (atual Diamantina) (FERRAND, 1998).

De acordo com Costa (2005), a produção crescente de ouro transformou Minas Gerais no centro econômico da metrópole portuguesa. Para diminuir as distâncias, foram abertos caminhos diretos para o Rio de Janeiro. Tais fatos provocaram a transferência da Capital de Salvador para esta cidade e a criação, em 1720, da Capitania de Minas Gerais, com a incorporação de territórios de Pernambuco, Bahia e São Paulo. O surgimento e o povoamento de Minas Gerais são relacionados a tais descobertas, assim como a história do ouro no Brasil.

O Ciclo do Ouro foi também responsável pela criação de um grande número de cidades e pela expansão da atividade agropecuária, até então restrita à faixa costeira brasileira. Também, contribuiu para estender o processo de interiorização, levando as fronteiras brasileiras para as margens dos rios Paraná e Paraguai. Durante o século XVIII, o Brasil apresenta-se como o maior produtor mundial de ouro (FERRAND, 1998).

Os trabalhos para fraudar o fisco aconteciam no início das rotas de contrabando, que significavam as trilhas e os caminhos não oficiais, ampliando, assim, a área de alcance das então Estradas Reais. A história define como caminhos reais, estradas reais e trilhas reais são todos os caminhos utilizados em qualquer colônia para o transporte e escoamento de produtos e mercadorias produzidos naquela colônia para qualquer nação deste mundo (ANGHINETTI, 2006).

Não obstante sua importância histórica, muitos estudiosos afirmam que os caminhos da Estrada Real não exerceram um de seus primeiros objetivos: controlar o contrabando de ouro e pedras preciosas. No que se refere ao Caminho Velho, Costa (2005, p. 45) relata a inviabilidade do controle:

(...) pois lhe poderão fazer tantas quantas as pessoas que o quiserem seguir, de todas e quaisquer povoações que saírem, porque todas estão entre matos, ou vizinhas deles, com moradores tão práticos nas suas veredas, que ainda sendo tantas as guardas como os paus dos mesmos matos, se pode duvidar os reprimam de entrarem por onde quiserem.

Do mesmo modo, mas com relação ao Caminho Novo, o autor reitera:

(...) estando elas (as minas) entranhadas em tão vastos sertões, e tão distantes umas das outras, de qualquer parte delas se pode buscar o dito caminho por veredas incógnitas, e na chegada aos povoados (que não faltam entre as maiores populações do Brasil) e desta sorte livrar de se toparem com quaisquer ministros, ou sejam deputados nas minas, para impedirem a saída, ou nos povoados para registrarem a chegada, e muito principalmente sendo de presumir intentarão estas formas de saídas alguns, ou muitos dos que se acham nas ditas minas vivendo com a soltura, e liberdade notória, desprezando as leis por melhor reguladas que sejam, e por mais graves penas que fulminem, assim pelo não uso de as obedecer, como pelo couto dos matos para as evadirem (COSTA, 2005, p. 45).

Costa (2005) destaca como problema o grande número de assaltos que ocorriam ao longo dos caminhos era um problema. Muitos viajantes eram atacados e mortos por assaltantes, o que fazia com que os impostos arrecadados na Capitania das Minas fossem levado ao Rio de Janeiro, uma vez por ano, sob forte escolta militar, para então embarcar para Lisboa. A dificuldade de controlar o fluxo de pessoas e mercadorias era tão grande que então governador, Luís César de Meneses, revogou a proibição de circulação nos caminhos à revelia da coroa.

No século XIX, com a decadência da mineração e a Independência do Brasil, as estradas reais foram gradualmente perdendo sua importância fiscal e firmando-se como vias de circulação. Deixam de ser propriedade do rei e passaram a pertencer a toda a coletividade, tornando-se, então, “estradas públicas”, ou seja, bens públicos, com custo e usufruto coletivo. A partir daí, muitos trechos se incorporaram ao ritmo do desenvolvimento do País, sendo asfaltados e transformados em rodovias de grande importância estrutural. Outros, em regiões mais inóspitas, permaneceram sem calçamento, lembrando nos dias atuais com mais força os caminhos do período colonial. Independentemente do destino que tiveram, o fato incontestável é que as estradas reais são marcas significativas da história do Brasil, lembranças de um período de conquistas e de início do desenvolvimento do País, quando a face de uma nação chamada Brasil começou a se configurar, ganhando força e identidade próprias (COSTA, 2005).

Mesmo não sendo uma só, a Estrada Real brasileira tem a importância de ter sido oficializada como um programa formador de desenvolvimento do turismo. Ao longo dos caminhos da Estrada Real há patrimônios histórico-culturais reconhecidos como patrimônios da humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), como, o santuário Bom Jesus do Matosinho, em Congonhas, e o conjunto arquitetônico de Ouro Preto, além de sítios arqueológicos e paisagens naturais (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

A importância das estradas reais na história brasileira é destacada por Santos (2001, p. 164-65):

Os caminhos coloniais estudados participaram, assim, da constituição da identidade histórica do povo brasileiro. Nas guerras de conquista, nos movimentos de sublevação contra o domínio metropolitano, na ocupação econômica, nas reações às “invasões estrangeiras”, na realidade tentativas de tomada do território por potências europeias concorrentes, foi-se amalgamando uma espécie de consciência nativista, que mais tarde veio a dar na unidade nacional brasileira. A via de propagação desta consciência assentou-se sempre nos caminhos terrestres da colônia. Muitos outros movimentos políticos e econômicos tiveram como palco os caminhos coloniais do século XVIII e as estradas reais do século XIX. Outras estradas reais surgiram com o avanço das fronteiras econômicas e ampliaram a rede de comunicação interna da colônia e depois do império. Mas foi a expansão originária dos primeiros três grandes caminhos do centro-sul do território colonial que conformou o primeiro movimento significativo de apropriação do interior e de sua integração com a faixa litorânea. Por meio destas ações fundamentais se configurou a base física da sociedade brasileira e se teceu a

unidade fundadora da nossa nacionalidade.

Em 1999, o governo de Minas Gerais concebeu o Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real. O Decreto estadual 41.205, de 8 de agosto de 2000, normalizou o programa, que passou a ser nominado como “Programa Estrada Real”, tornando-se o primeiro plano do desenvolvimento turístico no País centralizado em uma rota e ligado a vários municípios, em diferentes elementos da atividade turística. O programa mineiro foi o precursor no Brasil ao propor a criação de um “Conselho Consultivo de Turismo”, com participação tripartite (Estado/empresariado/comunidades), gerenciado pela Empresa Mineira de Turismo (TURISMINAS). Esse Conselho Consultivo foi formado por 12 membros. Destes, cinco eram originários da esfera pública (representantes da TURISMINAS, das secretarias estaduais de Turismo, de Cultura e do Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável e da Assembleia Legislativa de Minas Gerais) e sete outros de instituições de pesquisa, de educação e de organizações ligadas ao empresariado do setor turístico e do terceiro setor (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

Segundo Barbará, Leitão e Fontes Filho (2007), a ideia original do destino Estrada Real era reproduzir no Brasil a bem-sucedida experiência internacional do Caminho de Santiago de Compostella. Antônio Henrique Borges Paula, secretário adjunto e depois titular da Secretaria de Turismo de Minas Gerais no governo Itamar Franco, em entrevista concedida em 24 de novembro de 2006, declara que o Programa Estrada Real nasceu como uma iniciativa estruturante, apoiada no modelo internacional de sucesso do caminho místico que liga a França ao norte da Espanha, o Caminho de Santiago, uma rota de peregrinação que, acredita-se, foi percorrida pelo apóstolo São Tiago. Estima-se que, em média, anualmente, 20 mil pessoas fazem essa rota turística a pé, de bicicleta ou a cavalo. O trajeto até o sepulcro do apóstolo na atual cidade espanhola de Santiago de Compostella tem cerca de 887 quilômetros e é repleto de construções civis, militares e religiosas de diferentes séculos, sendo possível observar estilos arquitetônicos vários, como o romântico, o gótico, o barroco e o neoclássico.

Após a criação do Instituto e do projeto turístico, 179 municípios atravessados pelos três caminhos que constituíam estradas reais, foram identificados, sendo, 160 em Minas Gerais, 11 em São Paulo e 8 no Rio de Janeiro que fragmenta-se em três caminhos, ou seja: Caminho Velho, que liga Parati (RJ) a Ouro Preto (MG); Caminho Novo, que liga Rio de Janeiro (RJ) a Ouro Preto (MG); e Caminho dos Diamantes, que liga Ouro Preto (MG) a Diamantina (MG) (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

É recente a ideia de explorar a Estrada Real turisticamente. Mais recentes ainda são as ações efetivas para sua constituição enquanto produto turístico. Como é no estado de Minas Gerais que se encontra a grande maioria do percurso, não surpreende que as iniciativas preponderantes para o desenvolvimento da Estrada Real surjam neste estado (COSTA, 2005).

Na sequência, descrevem-se os trechos do Caminho Velho da Estrada Real, objeto de estudo deste trabalho.

2.3 Os trechos do Caminho Velho da Estrada Real

Muitos foram os caminhos de desbravamento e circulação utilizados no Brasil da Colônia ao Império. A Estrada Real entre Minas Gerais e o Rio de Janeiro entre os séculos XVII e XVIII, partia inicialmente da Vila de Paraty, no litoral sul fluminense, e atravessava a serra do Mar, na altura da cidade paulista de Cunha, no Vale do Paraíba. Utilizava a trilha de índios Goianás que atravessava a “serra do Facão”, antiga toponímia local. Com o novo traçado da Estrada Real finalizado em 1725, o trecho ficou conhecido como “Caminho Velho” (COSTA, 2005).

Segundo Joffily (1998), o Caminho Velho seguia a trilha dos índios Goianás entre sua aldeia de baixo, Paratii (Paraty), e a aldeia de cima, Taba-Etê (Taubaté), no Vale do Paraíba. Com a descoberta do ouro nas Minas Gerais, os caminhos abertos por bandeirantes entre São Paulo do Piratininga e o interior ganharam importância estratégica.

O auge da atividade no Caminho Velho ocorreu a partir de 1702, quando um novo Regimento das Minas determinou que ouro e outras mercadorias, com exceção de gado fossem transportados pelo porto de Paraty. Neste mesmo ano, o governador determinou o conserto do trecho entre Paraty e Taubaté. Em 1704, a Coroa só permitia duas casas de Registro do Ouro entre o Rio de Janeiro e as Minas Gerais, uma em Santos e outra no alto da serra de Paraty (RIBAS, 2003).

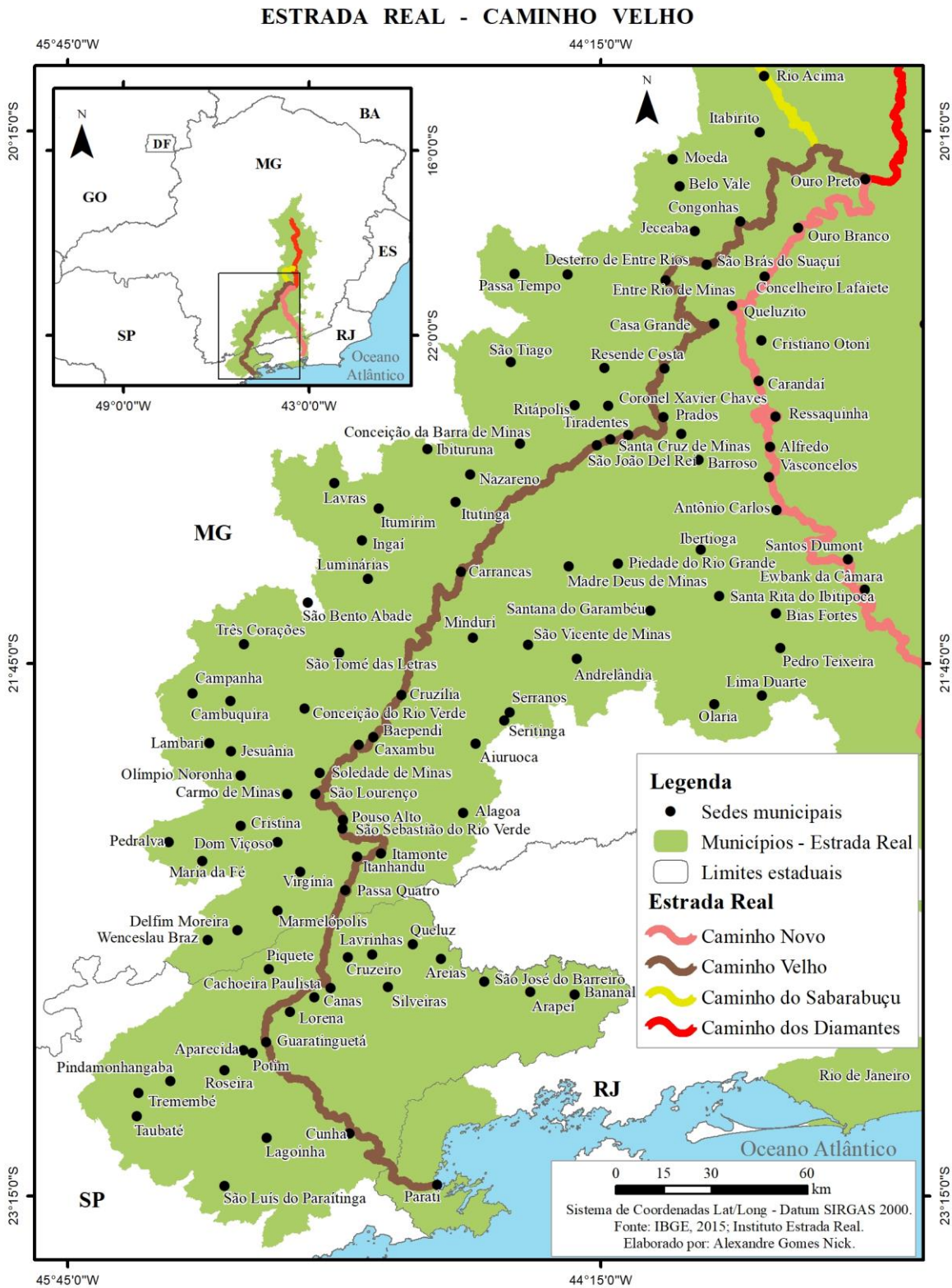
Em seus 710 quilômetros era a estrada por onde tropeiros com até 300 mulas trafegavam na época colonial, levando ouro para o porto de Paraty e retornando a Minas Gerais transportando alimentos para abastecer as novas cidades da capitania. Residem no imaginário como testemunhos de um país que estava por se construir, em que, partindo de um suposto e forçado marco zero, tudo poderia fazer ou, mais importante, tudo poderia ser (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

De acordo com Costa (2005), os caminhos da Estrada Real despertam hoje interesse e curiosidade e são fundamentais para a história e a construção da identidade da nação. O Caminho Velho, também conhecido como “Caminho do Ouro”, foi o primeiro a ser criado pela coroa portuguesa. Juntamente com o casario do centro de Paraty, já foi proposto para tombamento como patrimônio mundial (COSTA, 2005).

Os 710 quilômetros do Caminho Velho são divididos em: 10% estão asfaltados, 1,5% é de calçamento, 6% são de trilha e 82,5% são de estrada de terra (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

A FIG. 3 mostra o Caminho Velho da Estrada Real.

Figura 3 - Mapa do Caminho Velho da Estrada Real



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Segundo o Instituto Estrada Real (2015), o Caminho Velho é formado por trechos de asfalto ou trilha: Ouro Preto-São Bartolomeu, 18 km de trilha; São Bartolomeu-Glaura, 3 km de trilha; Glaura-Cachoeira do Campo, 7,5 km de asfalto; Cachoeira do Campo-Santo Antônio do Leite, 5 km de asfalto; Pequeri-São Brás do Suaçuí, 3 km de trilha; Lagoa Dourada-Prados, 3 km de trilha; Tiradentes-São João del-Rey, 10 km de calçamento; São João del-Rei-São Sebastião da Vitória, 11 km de trilha; Capivari-Itamonte, 4,5 Km de trilha; Passa Quatro-Garganta do Embaú, 1 km de trilha; Garganta do Embau-Vila do Embau, 10 km de asfalto; Vila do Embau-Guaratinguetá, 7 km de asfalto; Guaratinguetá-Cunha, 22 km de asfalto e Cunha-Paraty, 24 km de asfalto.

Segundo informações do Instituto da Estrada Real, no percurso o turista tem que ficar atento ao campo de observações das planilhas, principalmente nos trechos de trilha, onde ele terá informações sobre o estado da trilha e a possibilidade de fazê-la, por exemplo, se tem como percorrê-la com alforje, além de informações de como é possível evitá-las. Dentre as trilhas de grande dificuldade está a que liga Ouro Preto a São Bartolomeu (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015). Quem vai percorrer no sentido Ouro Preto-Paraty terá a altimetria a seu favor, pois ela sai de 1.200 metros para o nível do mar. Mesmo assim o percurso todo oscila com subidas curtas e longas, totalizando 320 quilômetros, sendo as mais marcantes entre Capela do Saco e Carrancas e entre Guaratinguetá e Cunha. Em boa parte dos percursos existem poucas opções com áreas sombreadas, principalmente entre São João del-Rei e Cruzília (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

De acordo com o Instituto da Estrada Real, quem vai percorrer no sentido Paraty-Ouro Preto terá a altimetria como inimigo, pois ela sai do nível do mar para 1.200 em Ouro Preto. Mesmo assim, o percurso todo oscila entre subidas curtas e longas, num total de 319 km, sendo as mais marcantes aquelas entre Paraty e Cunha, Vila do Embau e Passa Quatro e São Bartolomeu e Ouro Preto (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015). O Caminho Velho resgata as tradições do percurso valorizando a identidade e as belezas da região e potencializa o turismo na região.

3 DISCUSSÃO TEÓRICA: conceitos fundamentais e características regionais

Conversa de Mineiro é como um ponto e vírgula: o ponto manda parar e a vírgula continuar.
Otto Lara Resende⁴

Neste capítulo, discute-se a sustentação teórica da dissertação, estruturada nos seguintes temas: “Marketing de lugares”; “Turismo: conceitos e importância da atividade”; “Principais características do turismo na área de estudo”; “Políticas públicas de turismo em Minas Gerais” e “Mineiridade”.

3.1 Marketing de lugares

O marketing de lugares faz uso de ferramentas de planejamento estratégico, geralmente, voltadas à ótica de divulgação e comercialização de produtos e marcas, porém direcionadas a determinada localidade, sua imagem, infraestrutura e pessoas, com a intenção de trazer turistas. O plano de efetivar a promoção da imagem de determinado local, mediante a aplicação de ferramentas, conceitos, técnicas e modelos da administração de marketing, pode ser direcionado a um bairro, cidade, região e ou país, levando em consideração os benefícios não somente para os turistas, como também para a população do local (OCKE; IKEDA, 2014).

Segundo Kavaratzis e Ashworth (2008), o marketing de lugares têm sido uma estratégia adotada por governos para melhorar a atratividade de determinados espaços, utilizando-se da divulgação de imagens que refletem suas peculiaridades, para atrair turistas, investidores e interessados. Todavia, as estratégias de marketing de lugares também podem ser desenvolvidas por empresas privadas, as quais ao fomentarem seus produtos, retratam elementos territoriais, criando valor agregado ao espaço para aumentar a atratividade e promover o desenvolvimento local.

⁴ Otto Lara Resende nasceu em São João del-Rei, Minas Gerais, no dia 1 de maio de 1922. Foi um escritor e jornalista, eleito membro da Academia Brasileira de Letras, para a cadeira 39.

Apesar de esse conceito ser relativamente recente, estudo de Mera e Lopez (2005) aponta que o marketing de lugares é amplamente praticado em todo o mundo. O gradual interesse pelas cidades representa mudanças fundamentais nas vantagens comparativas. Isso as torna, dependentes cada vez mais dos recursos humanos, da criação de conhecimento e das inovações contínuas e incrementais que dão acesso ao capital físico e as matérias-primas. O meio envolvente está cada vez mais competitivo e globalizado. Dessa maneira, os benefícios da cooperação entre cidades e regiões, a aprendizagem e a ajuda mútua são essenciais (MERA; LÓPES, 2005).

As estratégias de marketing voltadas para promover um lugar, apesar de mais fortemente estudada nos dias atuais, não são recentes. No final do século XX, Madsen (2002) já relatava sua aplicação com a intenção de reconstruir e redefinir a imagem de um local, empregando suas tipicidades para enraizar uma nova visão no consumidor. Para o autor, uma imagem diz muito sobre um lugar, assim como sua história, podendo reforçar ou contradizer a mensagem que está se trabalhando para transmitir, o que requer atenção dos formuladores de políticas públicas relacionadas.

Para Rainisto (2003), o marketing de lugares é um aspecto do desenvolvimento dos lugares, e estes devem ser comercializados de forma tão eficiente que repliquem o padrão e a comercialização das empresas, visando obter resultados positivos para os que participam da constituição do próprio lugar.

O marketing de lugares significa, portanto, conceber um lugar para satisfazer as necessidades de seus públicos-alvo. Ocorre quando os cidadãos, os negócios e as empresas estão satisfeitos com sua comunidade, gerando expectativas positivas para os visitantes, turistas e investidores (KOTLER, 2006).

Kotler (2006) argumenta que o marketing de lugares procura identificar os atributos que fazem com que um lugar se torne atraente, no qual se pode viver, trabalhar, investir, fazer negócios e visitar na condição de turista. Então, torna-se necessário identificar o que

determinado lugar faz para se distinguir dos demais e comunicar essa vantagem competitiva para seus potenciais consumidores, que estão no seu exterior.

Rainisto (2003) entende que o marketing de lugares é uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento econômico, social, político e sustentável de cidades e regiões. Nesse cenário, assume importância para a planificação estratégica e a gestão urbana, buscando a participação de profissionais preparados para desenvolver em contexto globalizado, cheio de desafios e oportunidades. Assume, assim, papel fundamental em processos nacionais e internacionais na transformação de regiões e cidades. Todos estes fatores são cada vez mais importantes para o desenvolvimento local.

Ainda para Rainisto (2003), o papel do marketing de lugares no desenvolvimento local é forte na categoria do planejamento estratégico, abrangendo questões como a auditoria do local, o visionário de trabalho e as estratégias e objetivos orientados para os planos de ação e implementação.

Kotler (2006) afirma que cada lugar deve formular uma combinação de ofertas e benefícios que atendam às expectativas de um amplo número de investidores, novos negócios e turistas. Segundo o autor, para que uma estratégia de marketing de lugares tenha sucesso, é necessário que abarque todos os *stakeholders* — ou seja, pessoas e organizações que possam ser afetadas por um projeto, de forma direta ou indireta, positiva ou negativamente, fazendo com que participem da construção das ações em torno do local.

Para Kotler (2006), o marketing de lugares deve abranger quatro atividades: desenvolver um posicionamento e uma imagem forte e atraente; estabelecer incentivos atraentes para os atuais e os possíveis compradores e utilizadores dos seus bens e serviços; fornecer produtos e serviços locais de maneira eficiente; e promover os valores e a imagem do local de tal maneira que os possíveis utilizadores se consciencializem realmente de suas vantagens diferenciadoras.

Na sequência, discutem-se as principais estratégias adotadas pelo marketing de lugares.

3.1.1 Estratégias de marketing de lugares

Segundo Insch (2008), no decorrer da década de 1990 ocorreu uma nítida mudança nas estratégias adotadas no cenário internacional. O planejamento urbano passou a integrar cada vez mais o tema do “Marketing de lugares” e, com ele, a qualidade de vida ambiental ligada a sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável. A motivação justifica-se pela necessidade de os lugares oferecerem qualidade de vida integrada ao meio ambiente, com história e tradições.

As infraestruturas, segundo Kotler (2006), conferem carácter e identidade aos lugares. Inúmeras vantagens competitivas de cidades resultam de suas infraestruturas, sendo sua ausência um caso complicado para qualquer lugar. O desenvolvimento de infraestruturas precisa satisfazer múltiplas necessidades, sendo importante para ser deixado apenas aos cuidados de engenheiros e arquitetos.

Ainda para Kotler (2006), as condições ambientais devem ser convenientes para o investimento e o desenvolvimento de sistemas de proteção e de desenvolvimento do próprio ambiente, favorecendo o aumento da qualidade de vida dos locais. Nesse sentido, os investimentos devem ocorrer, pois apresentam benefícios sociais e ambientais que proporcionam bem-estar à comunidade.

Insch (2008) formulam que a cidade, à imagem de qualquer outro produto, possui também um ciclo de vida. Para melhorar uma cidade, o bem-estar e a percepção de seus consumidores, os prestadores de serviços à comunidade deverão dirigir seus esforços para a ampliação os benefícios aos residentes. Entre esses benefícios, devem-se considerar: serviços públicos eficientes, capacidade do lugar de atrair e reter habitantes, investidores e turistas e controle dos índices de criminalidade (KOTLER, 2006).

Para Kotler (2006), as atrações dos lugares possuem características e eventos físicos que agradam aos moradores, turistas, visitantes, empresas e investidores. Os moradores podem até adorar sua cidade, mas os turistas, visitá-la, podem ficar frustrados e não encontrar nada

de especial que os possa fazer voltar. Isso acontece quando o lugar não transmite a sensação de ser diferente ou especial. No entanto, um lugar que apresente poucas atrações ou, mesmo, nenhuma, pode criar suas atrações utilizando-se de inovação e empreendedorismo. Há lugares que necessitam criar mais atrações, uma vez que não têm a possibilidade de alterar seu clima, seu solo ou sua posição geográfica, mas podem acrescentar outras atrações para ganhar mais competitividade.

Kotler (2006) menciona os dez tipos principais de atração que considera importantes contemplações dos turistas: beleza e características naturais, história e pessoas famosas, locais de compras, atrações culturais, entretenimento, estádios esportivos, festivais e datas comemorativas, construções, monumentos e esculturas, museus e outras atrações. O autor cita outro fator tão importante quanto os demais: a população do lugar. A hospitalidade dos residentes pode fazer o encanto dos lugares de várias maneiras. As pessoas de fora possuem uma imagem do povo de determinado lugar. Há determinadas cidades cujos habitantes não são gentis com os visitantes, enfraquecendo o que poderia ser uma experiência positiva. No entanto, os tempos de crise forçam a mudança de atitudes.

Segundo Ocke e Ikeda (2014), o marketing de lugar é analisado em função de diferentes características de sua natureza multidisciplinar. A maioria dos estudos busca conceituá-lo com referência ao desenvolvimento sustentável do local, visando satisfazer segmentos-alvo, identificados como atual e potencial, com o intuito de criar ou gerar valor positivo nos envolvidos, bem como fortalecer a atratividade e a competitividade de um lugar, com foco em mercados externos e internos.

O tema atualmente pesquisado e praticado tem se desenvolvido ao longo de fases distintas que diferem não só por sua sofisticação, como também por suas abordagens e objetivos. Essas fases podem ser agrupadas em três perspectivas amplamente desenvolvidas — promoção, planejamento e *branding* — as quais não necessariamente seguiram um cronograma específico e tampouco apresentam uma distinção claramente definida (ASHWORTH *et al.* 2008).

Cada fase não foi substituída pela seguinte. Todas coexistem. Desse modo, a qualquer momento, aspectos característicos de determinada fase podem ser encontrados agindo sobre o mesmo objeto. Nesse contexto, nota-se que o progresso de uma fase para a seguinte baseia-se em um resultado da crescente compreensão e experiência da aplicação do marketing no planejamento estratégico de lugares (OCKE; IKEDA, 2014).

Segundo Ashworth *et al.* (2008), a perspectiva promocional permite compreender que é necessário diagnosticar o construto formador da identidade regional, a fim de, corretamente, gerenciar sua imagem. Dessa forma, a imagem de um lugar reflete o modo como as pessoas e as organizações reagem a ele. Este aspecto relaciona-se com a perspectiva de *branding*, que sugere que as características dos lugares podem diferenciá-los uns dos outros em um cenário competitivo. Na perspectiva de planejamento, enfatiza-se que muitas localidades desejam evoluir e aprimorar sua infraestrutura implementando estratégias de desenvolvimento econômico e gerenciando uma imagem forte com foco em diferentes grupos de interesse que possam gerar prosperidade.

A dimensão multidisciplinar do conceito permite sugerir a necessidade de incentivar a compreensão coletiva e de expandi-la para campos mais amplos e diversificados que possam beneficiar-se de seu conhecimento. A partir dos pontos abordados, evidencia-se que o marketing de lugar deve ser encarado como importante ferramenta para a gestão eficaz das trocas que ocorrem no cenário territorial, com enfoque em diferentes grupos de interesse (OCKE; IKEDA 2014).

Castro *et al.* (2017) defende que para o marketing a imagem sempre foi uma estratégia e motivo de atenção e interesse. Tal interesse está atrelado à necessidade de responder a perguntas relacionadas a: impressão da imagem do lugar; percepção dos consumidores sobre o produto em relação à concorrência e como medir, identificar e controlar a imagem do produto para atrair consumidores e se posicionar no mercado. Assim, a imagem do lugar é para o marketing de lugares uma forte influência sobre investidores, moradores e visitantes.

Frequentemente, as pesquisas e as atividades de marketing de lugar parecem ser mais apreciadas no campo do desenvolvimento do turismo. Govers e Go (2009) indicam que as pesquisas, em sua maioria, enfocam o conceito de imagem de marca e a tomada de decisão em relação ao comportamento do consumidor no turismo.

Anholt (2002) analisou 147 trabalhos que se concentraram em imagens de destinos turísticos entre 1973 e 2000, cuja maioria buscou identificar os atributos da localidade em relação a sua imagem de destino turístico. Talvez, isso decorra da intensa presença de elementos simbólicos dos atributos turísticos nas ações de comunicação dos lugares.

Para Ocke e Ikeda (2014), as localidades não são apenas destinos turísticos e a concentração do esforço de marketing apenas na captação de visitantes limita sua eficácia e reduz os elementos que contribuem para a formação de sua identidade, além de dotar o lugar de significado que pode não ser necessariamente baseado nas aspirações dos moradores.

A população local, certamente, pode fazer a diferença na atmosfera de um destino uma vez que sua participação é essencial na prestação do serviço de turismo. Porém, o marketing pode ajudar, utilizando-se dos meios de comunicação, em muitos aspectos do desenvolvimento e da atratividade do lugar antes do contato com os moradores, não só para os visitantes, como também para os demais públicos de interesse, começando com os próprios residentes. Inclusive, a literatura indica que ambos, visitantes e residentes, são os mercados-alvo principais dos esforços de marketing (OCKE; IKEDA 2014).

As estratégias de marketing estão ligadas aos meios de comunicação, cujo advento rompeu com a referência e os métodos de produção da informação, existindo níveis diferentes de posicionamento de uma organização na prática de sua estratégia de presença digital (SAAD CORRÊA, 2009).

3.2 Turismo: Conceitos e importância da atividade

Etimologicamente, a palavra *turismo* vem do latim *tornus*, substantivo que significa “ação de movimento e retorno”, o qual dá origem a *tornare*, “girar”. As raízes *tour* e *turn* têm precedência latina e significariam “viagem circular”. Ou seja, há ida e volta. O retorno é essencial, nesse sentido. No século XII, aparece no francês a palavra *tour*, com o significado de “circuito, movimento circular”. Encontra-se registro em inglês em 1643 do vocábulo *tour*, de onde se derivaram *tourist* (1800) e *tourism* (1811) (DIAS e AGUIAR, 2002, p. 21).

Segundo Dias (2005), as concepções que envolvem as palavras *turismo* e *turista* passaram a ser empregadas a partir do século XIX, tendo desde então passado por importante desenvolvimento. Uma das concepções mais concisas quanto ao que seja turismo foi formulada por Marcel Gautier, para quem turismo é “o conjunto de fenômenos econômicos e sociais originados pelas viagens” (DIAS, 2005, p. 16).

Com o passar dos séculos, foi crescendo o interesse das pessoas por viagens. À medida que as condições se tornavam favoráveis para tal, o turismo foi se engrandecendo em todo o mundo.

Em Lickorish e Jenkins (2000), verifica-se que o lorde inglês Shaftesbury realizou, já no século XVIII, a seguinte apologia ao turismo:

Sobre conhecimento de mundo, eu me refiro àquele que resulta da observação dos homens e das coisas a partir das relações com os hábitos e usos de outras nações; de insights em suas políticas, governos, religião; em suma, do estudo e contemplação dos homens, como eles se apresentam no maior palco do mundo em diversas formas e sob diferentes aspectos. Esta é a maior ciência que um cavalheiro deve compreender e da qual nossas escolas e faculdades nunca ouviram falar (LICKORISH e JENKINS: 2000, p. 24).

Walter Hunziker e Kurt Krapf criaram a seguinte definição de turismo, a qual foi aprovada e utilizada pela Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme (Aiest):

Turismo é o conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora de seu lugar de domicílio, desde que esses deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa (HUNZIKER; KRAPF, 2004).

De acordo com Sarmiento (2004), o turismo contém não só a deslocação, a hospedagem e a visitação de atrativos turísticos, como também a oferta de todos os produtos e serviços indispensáveis a um lugar turístico. O turismo, sendo o primeiro setor econômico da era globalizada, traz modificações de toda ordem, não apenas no âmbito individual ou organizacional, como também nos graus local e regional. Ao trabalhar com o deslocamento de pessoas, torna-se prudente possibilitar o relacionamento entre diferentes culturas e conduzir transformações socioculturais nas comunidades locais. Isso provoca mudanças profundas na conduta individual e coletiva, no estilo de vida, nas relações de amizade, nos níveis de segurança, na conduta moral, nas expressões criativas, nas cerimônias tradicionais, nos usos e nos costumes.

Beni (2009), afirma que existem três tendências para a definição de turismo: a econômica, a técnica e a holística. Cada uma enfoca determinado aspecto para a definição do termo.

As definições econômicas só identificam as implicações econômicas ou empresariais do turismo. O primeiro a fazer uma definição desta natureza foi Herman von Schullern, que definiu assim o turismo: “a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.” Já o Departamento Australiano de Turismo e Recreação determinou o seguinte conceito: “Turismo é uma importante indústria nacionalmente identificável. Compreende um amplo corte transversal de atividades componentes, incluindo a provisão de transporte, alojamento, recreação, alimentação e serviços afins”.

As definições técnicas se limitam à distinção dos termos *turista* e *excursionista*. Excursionista é aquele que permanece menos de 24 horas e não efetua pernoite no núcleo receptor. Já turista é aquele que permanece mais de 24 horas e/ou pernoita no núcleo receptor. Os adeptos desta tendência estendem esta definição, por dedução, ao turismo em geral.

As definições holísticas procuram abranger a essência total do assunto, permitindo abordagens multidisciplinares e pluridisciplinares no estudo do turismo. É o caso do conceito de Jafar Jafari, que enxerga o turismo como “o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora”. Esta corrente incorpora ao estudo do turismo teorias e conceitos de campos afins, como, antropologia, sociologia, economia, geografia, ciência política, ecologia, estudos urbanísticos, marketing, direito, administração e psicologia (BENI, 2009, p. 34-36).

Focando em outra tendência, a social, De La Torre (2009), faz a seguinte definição de turismo:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 2009, p. 129).

Panosso Neto (2005, p. 29) afirma que o turista é um “ser histórico. Não um ser acabado, mas um ser em contínua construção, em contínua formação”. Para ele, turismo é experiência e a experiência turística não pode ser considerada desconectada do momento histórico, do “vir a ser” do turista e está em constante construção. Os bens e os serviços estendidos aos turistas, bem como a infraestrutura (hotéis, agências de viagens e aeroportos), são experienciados historicamente tanto pelo “ser” turista quanto pelo “ser” recepcionista de hotel, seja pelo “ser” agente de viagens como pelo “ser” piloto de avião; seres diferenciados entre si. Desse emaranhado de trocas de “seres”, bens e serviços nasce

uma relação complexa e, por vezes, conflituosa, que se reflete no homem, no espaço e no tempo.

O turismo é um campo relativamente novo para as ciências sociais no Brasil, embora não o seja para os norte-americanos, mas que emergiu com muita força, atraindo inteligências e recursos em quantidade considerável e de maneira rápida. Se há vinte anos quase não existiam livros sobre turismo advindos da sociologia, da economia ou da ciência política brasileira, hoje as estantes das livrarias dispõem de muitas obras a respeito do assunto (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

Segundo Panosso Neto (2005), a grande descoberta do turismo como objeto das ciências sociais no Brasil se deu ainda nos finais dos anos de 1980, contemporânea do movimento de interesse em relação ao fenômeno que veio a se denominar “globalização”, para a maioria, ou “mundialização” para poucos. O turismo não é unidimensional, mas multidimensional. Pertence, simultaneamente, a esferas variadas, desde a econômica à afetiva, ou íntima, passando pelas dimensões cultural, simbólica, social, política, tecnológica, demográfica, ambiental, de gênero etc.

Este é um dos focos de discussão atualmente na academia no que se refere a turismo: o que é o turismo e, conseqüentemente, o que vem a ser lugar, ou local. Uns o definem como indústria, os mais economicistas, esquecendo-se de que o turismo propriamente dito não produz nada, mas serve de combustível para movimentar a indústria. Tal concepção difere de outra, que coloca o turismo como fenômeno, que define o cenário onde ele ocorre como impreciso e relativo, assim como seus personagens, abarcando desde o vendedor de coco que acordou às cinco horas da manhã ao empresário rico europeu que vai consumi-lo às 10 horas da mesma manhã ou da manhã seguinte (PANOSSO NETO, 2005).

Para que o turismo se desenvolva em um local, a participação do Poder Público é fundamental, por meio, principalmente, das políticas e planos de turismo.

De acordo com Cruz (2001), a política deve anteceder o plano sendo ela um conjunto de diretrizes e ações deliberadas pelo Poder Público orientadas para ordenar o desenvolvimento da atividade turística em determinado território.

Gomes e Santos (2007) esclarecem que em 2003 criou-se um ministério exclusivo para o turismo, o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), cuja função foi repensada no âmbito do Plano Nacional de Turismo (PNT), organizando em sete macro programas: “Gestão e Relações Institucionais”, “Fomento”, “Infraestrutura”, “Estruturação e Diversificação da Oferta Turística”, “Qualidade do Produto Turístico”, “Promoção e Apoio à Comercialização” e “Informações Turísticas”. Inseridos cada macro programa, encontra-se os programas relacionados a questões específicas do desenvolvimento do turismo brasileiro. Dentre os macros programas, destaca-se, para os propósitos desta pesquisa o de Estruturação e Diversificação da Oferta Turística, com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros Integrados. Tal programa propõe o desenvolvimento da atividade turística de forma regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo por região turística, articulando os agentes locais.

O EMBRATUR, em sua definição, enfatiza o campo econômico:

Turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações (compra e venda de bens e serviços turísticos) efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerada pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área em que tem residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local em que visita (EMBRATUR, 2009, p. 130).

Há muitas definições do que seja turismo. Todas, entretanto, possuem certos pontos em comum, por exemplo: a realização de uma viagem ou deslocamento, retorno do viajante (temporalidade do deslocamento), existência de um núcleo emissor e de um receptivo e motivação turística. Porém, o conceito do termo está longe de alcançar um consenso.

Definem Rojek e Urry (2005, p. 1):

Turismo é um termo que espera ser desconstruído. Ou, como Marx poderia ter dito, é uma concepção caótica, incluindo nela uma ampla gama de fenômenos díspares. Ela abrange tantas noções diferentes que dificilmente é útil como um termo de ciências sociais, embora isso seja paradoxal, pois os Estudos de Turismo estão sendo rapidamente institucionalizados em grande parte da academia.

Para Rosa (2003), o turismo pode ser visto de maneira otimista, como a salvação econômica dos países, ou de forma pessimista, como uma forma de colonialismo que agrava as desigualdades e gera desordem social. Mas, isoladamente, nenhuma destas visões contempla a complexidade do fenômeno turístico. A atividade precisa ser enxergada a partir do seu caráter multidisciplinar, que impacta residentes e visitantes de variadas formas. Longe de ser uma panaceia para os problemas das localidades, o turismo também não pode ser considerado um inimigo destas. A atividade em si não é benéfica nem maléfica, pois o que determinará e possibilitará esta adjetivação será o modelo de desenvolvimento turístico que determinada localidade adota.

3.3 Principais características do turismo na área de estudo

Rodrigues (2003) assevera que a importância do turismo para a humanidade não é recente. Desde o início das civilizações, homens solitários ou em grupos realizavam viagens por motivações diversas, como, comércio, religiosidade, saúde, busca de riquezas, conquista de povos, eventos e cultura. Embora não seja possível datar o início das atividades turísticas no mundo, um dos marcos iniciais é o *grand tour*, surgido no século XVII, representado pelos passeios da aristocracia europeia pelas principais cidades da Europa e movido pelo desejo de adquirir conhecimentos e aproveitar do entretenimento.

A partir do século XVIII, a insalubridade das cidades industriais provocou um deslocamento para fora da cidade, em busca de saúde, descanso e prazer diante da natureza, do campo, da montanha ou do mar. Nesse momento, além da aristocracia e das classes burguesas, também classes sociais desprivilegiadas, lentamente, começaram a realizar deslocamentos para além do seu local de trabalho e moradia (RODRIGUES, 2003).

Para Gastal (2002), embora a primeira ampliação do turismo tenha ocorrido em função das más condições urbanas para fora das cidades, atualmente, no momento pós-moderno, ressurgiu o interesse pelo turismo urbano em detrimento da busca do natural, procurando neste espaço a cultura, a especialização, a qualidade dos serviços e o patrimônio.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), a atividade turística é um produto da sociedade capitalista industrial. Para Funari e Pisky (2003), o turismo é o deslocamento de pessoas de seu domicílio cotidiano por, no mínimo, 24 horas, com a finalidade de retorno (incluem-se aí objetivos como trabalho, aprendizado e aperfeiçoamento profissional).

Turismo é um conjunto de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário, motivado por razões alheias a negócios ou profissionais (MOESCH, 2000).

Para os propósitos deste estudo, entendeu-se por turismo o deslocamento com finalidade de retorno, por motivações diversificadas, uma vez que para o projeto Estrada Real existem várias categorias de atuação turística, as quais subdividem o enfoque e os investimentos de acordo com o enquadramento de cada localidade, sendo elas: ecoturismo; excursionismo; turismo convencional; turismo cultural; turismo de aventura; turismo de eventos; turismo de negócios; turismo de saúde; turismo ecocultural; turismo ecológico; turismo educacional; turismo esotérico; turismo gastronômico; turismo histórico/cultural; turismo religioso; turismo religioso/esotérico; turismo rural e turismo de sol e praia (PÁDUA, 2007).

Segundo Pádua (2007), a limitação de tempo em 24 horas não se justifica, porque é comum em várias cidades da Estrada Real o deslocamento em tempo menor do que este, como Ouro Preto, em que parte dos visitantes mora ou se hospeda em Belo Horizonte e visita a cidade durante algumas horas sem que isto signifique a não geração de trabalho e emprego da atividade turística, já que estas pessoas utilizam guias, restaurantes e museus, dentre outros produtos do turismo.

Destarte, as novas exigências dos atores sociais levam a pensar a cultura não só como motivação de viagem, mas também como elemento fundamental como bem de consumo, ao lado da paisagem e dos serviços. Como esta atividade é essencialmente espacial (sempre envolve deslocamentos), as cidades têm que ser vendidas e consumidas pelo marketing de lugares, compreendendo-se que existem várias cidades dentro de cada cidade, tornando-se, inclusive, o turismo mais eficiente, uma vez que pode atrair pessoas com interesses diversos (NICOLAS, 2001).

Gastal (2002) explica que o turismo cultural não é o que se vê, mas o modo como se vê, já que o turismo de massa levou tudo ao alcance de todos. O turismo cultural pressupõe a apropriação da cultura local. Assim, patrimônio cultural é tudo aquilo que constitui um bem apropriado pelo homem, com suas características únicas e particularidades. Este tipo de turismo gera impactos tanto no receptor (morador) quanto no viajante.

O turismo cultural e, por conseguinte, o turismo histórico compreendem os maiores destaques e atrativos de todo o projeto Estrada Real, que se baseia no mote do período minerador do Brasil colônia (PÁDUA, 2007).

Pádua (2007) argumenta que existem bens culturais globais e bens que representam o local (por exemplo, igrejas barrocas em Ouro Preto – Minas Gerais), os quais as pessoas podem procurar quando viajam. O patrimônio cultural compreende tudo que é parte do engenho humano além de prédios e construções. Embora o projeto Estrada Real pretenda abranger turismo de vários tipos, o argumento principal apoia-se no viés histórico-cultural, que constituiu as localidades que compõem os percursos, tornando-as interessantes focos de apreciação cultural.

O patrimônio cultural envolve o conjunto formado pelas questões históricas, arquitetônicas e ambientais, considerando o ambiente como uma produção humana. A paisagem é, então, fruto desse conjunto de componentes e gera uma curiosidade, uma atração para os atores sociais (PÁDUA, 2007).

Com o intuito de promover o turismo histórico-cultural pelos caminhos reais, o Instituto Estrada Real (2015), criou o “Passaporte Estrada Real” (FIG.4). Trata-se de um registro único de todos os passos da maior rota turística do Brasil. Ao longo da Estrada Real, o viajante obtém carimbos de diversas cidades para preencher seu passaporte, os quais são a prova de que ele passou por elas. Durante o percurso, diversos pontos de carimbo são espalhados por algumas cidades que fazem parte do caminho (Anexo D). Para completar o passaporte, só será aceito um carimbo por cidade.

Figura 4 - Passaporte da Estrada Real



Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

O passaporte é gratuito e individual. O turista precisa preencher a “ficha do viajante” no *site* do Instituto da Estrada Real e apresentar no ato seu e-mail de confirmação com o número gerado pelo sistema após o preenchimento do cadastro. É solicitado no momento da retirada, um quilo de alimento não perecível (exceto sal, fubá e farinha) ou um agasalho. Para obtê-lo, o viajante deve ir aos pontos de retirada, distribuídos pelos caminhos da Estrada Real (Quadro 2).

Quadro 2 - Pontos de retirada do Passaporte Estrada Real

Cidade	Endereço
Cocais	Pousada Vila Cocais - Rua Aristides Augusto da Fonseca, 270, Praça de Santana. Cocais/MG.
Diamantina	Receptivo Minas Gerais - Rua da Quintanda, 22 - 1º andar – Centro. Diamantina/MG. Pico do Itambé Hostel - Rua Professora Darcília Godoy, 99 – Centro. Diamantina/MG.
Glaura	Bar do Domingos - Praça da Matriz, 03, Centro. Glaura/MG.
Ouro Preto	Centro Cultural Sesi - Praça Tiradentes, 04 - Centro. Ouro Preto/MG.
Paraty	CIT - Centro de Informações Turísticas - Avenida Roberto Silveira, nº 02, Centro. Paraty/RJ.
Petrópolis	Centro Informação Turística - Praça da Liberdade, S/N, Centro Histórico. Petrópolis/RJ.
Tiradentes	Centro Cultural SESIMINAS Yves Alves - Rua Direita, 168, Centro. Tiradentes/MG.

Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

Depois de percorrer todo o caminho e obter um carimbo por cidade, o viajante poderá, ao fim da jornada, retirar o certificado digital de percurso concluído. Entretanto, cada caminho exige seu número mínimo de carimbos (Quadro3). Aqueles que percorrerem os quatro caminhos da Estrada Real serão contemplados com o certificado digital especial, (ANEXO E) que é o reconhecimento máximo da Estrada Real. Ao fim do percurso, o certificado é a certeza de que o turista fez uma das mais inesquecíveis viagens da sua vida (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

Quadro 3 - Número mínimo de carimbos para certificado digital

Caminho	Quantidade mínima de carimbos
Caminho dos Diamantes	10 carimbos
Caminho Novo	8 carimbos
Caminho Velho	14 carimbos
Caminho do Sabarabuçu	04 carimbos

Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

Um dos maiores destaques do projeto Estrada Real é o turismo religioso, que, de acordo com Andrade (2000), é o conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e realização de visitas a receptivos que expressem sentimentos místicos ou suscitem fé, esperança e caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões.

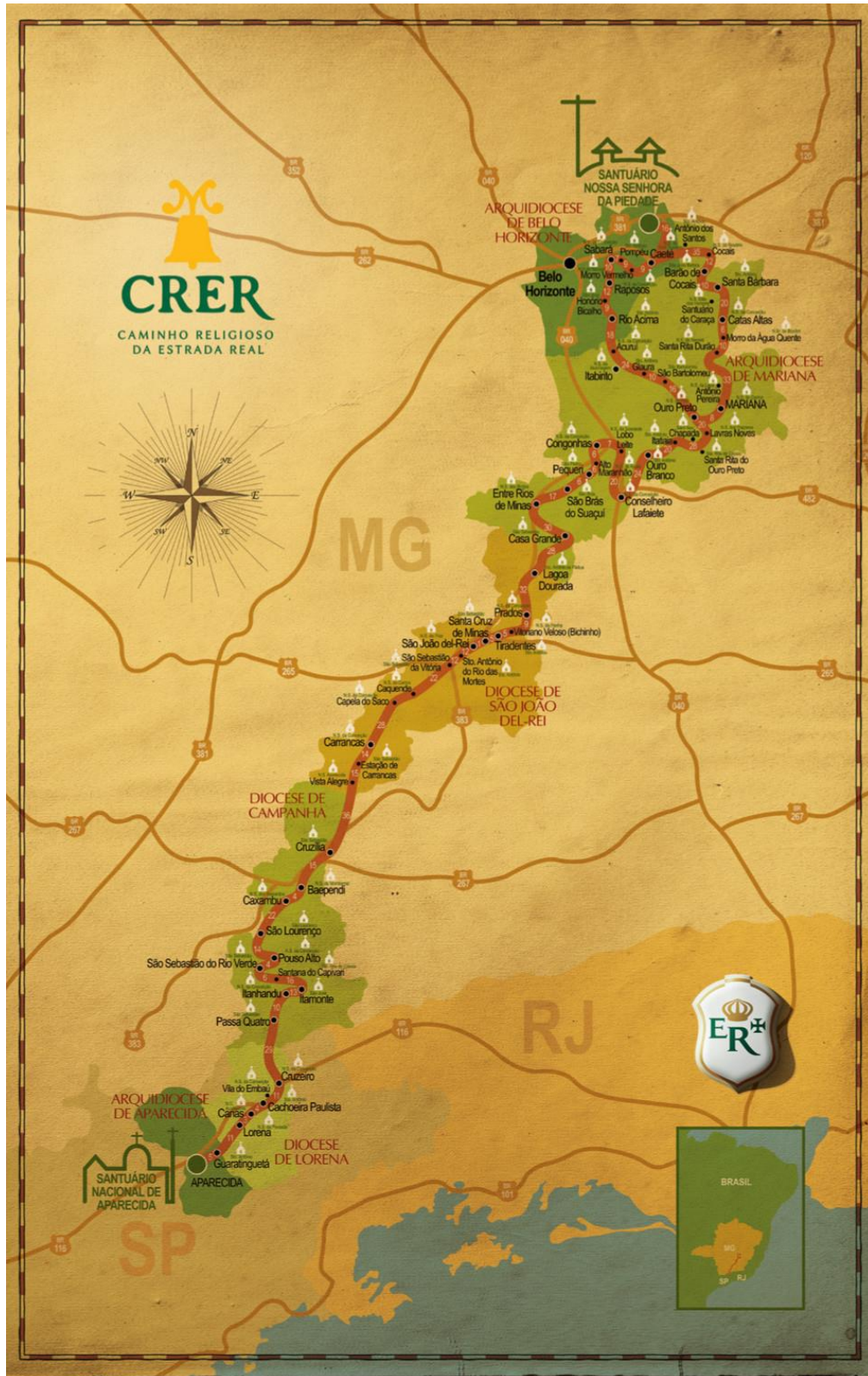
O turismo religioso é motivado, em maior ou menor grau, pelo aspecto religioso, embora o atrativo turístico-religioso possa adotar diferentes formas, sempre atendendo às necessidades daqueles que buscam o contato com o divino. No Brasil, o turismo religioso, em face da formação da sociedade brasileira, é rico e plural, principalmente por conta das tradições do catolicismo, sejam elas elitistas ou populares (DIAS, 2003).

Segundo Dias (2003), o turismo religioso apresenta características que coincidem com as do turismo cultural. Pelo fato de ocorrerem em um entorno considerado como patrimônio cultural, os eventos religiosos constituem-se em expressão cultural de determinados grupos sociais ou expressam uma realidade histórico-cultural expressiva e representativa de determinada região. Todavia, deve-se levar em conta que as motivações não são exclusivamente culturais, já que, para falar de turismo religioso, devem estar presentes também as motivações religiosas.

O Caminho Religioso da Estrada Real (CRER) é o maior roteiro turístico religioso do Brasil. Com 900 quilômetros de extensão, passa por 38 cidades, sendo 32 mineiras e 6 paulistas. Doze delas pertencem à arquidiocese de Mariana: Barão de Cocais, Casa Grande, Catas Altas, Cocais, Congonhas, Conselheiro Lafaiete, Entre Rios de Minas, Mariana, Ouro Branco, Ouro Preto, Santa Bárbara e São Braz do Suaçuí. É marcado por pessoas que se deslocam por motivações religiosas, para reviver as passagens dos bandeirantes, em busca de uma vida melhor; conhecer histórias de construção de templos que irradiaram cidades, de fé, de sofrimento e de visão de futuro, participar de manifestações que acompanham as sociedades desde sua formação e vivenciar momentos de contemplação, autoconhecimento, superação, espiritualização e transformação, espetáculos e atividades religiosas (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

A FIG. 5, mostra o Caminho Religioso da Estrada Real:

Figura 5 - Caminho Religioso da Estrada Real (CRER)



Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

O envolvimento das comunidades locais e o foco na sustentabilidade é que tornam o caminho possível e levam o peregrino, romeiro, caminhante e/ou turista da Basílica de Nossa Senhora da Piedade, em Caeté/MG, até a Basílica Nacional de Aparecida, na cidade de Aparecida/SP, ou vice e versa. O Caminho Religioso da Estrada Real tem início na serra da Piedade, a 1.696 metros de altitude, ponto mais alto do percurso, destacando-se no maciço do Espinhaço, juntamente com as serras do Caraça, do Itacolomi, do Itabirito e de Ouro Branco, todas localizadas na região do Quadrilátero Ferrífero, uma das mais extraordinárias regiões minerais do mundo. O caminho segue em direção ao Campo das Vertentes, onde se sobressaem as serras do Gambá, do Lenheiro e de São José. Passa pelo sul de Minas, local de solo fértil, domínio da imponente serra da Mantiqueira, que faz a divisa natural entre Minas Gerais e São Paulo, onde as nascentes seguem em direção ao vale do Rio Paraíba do Sul (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

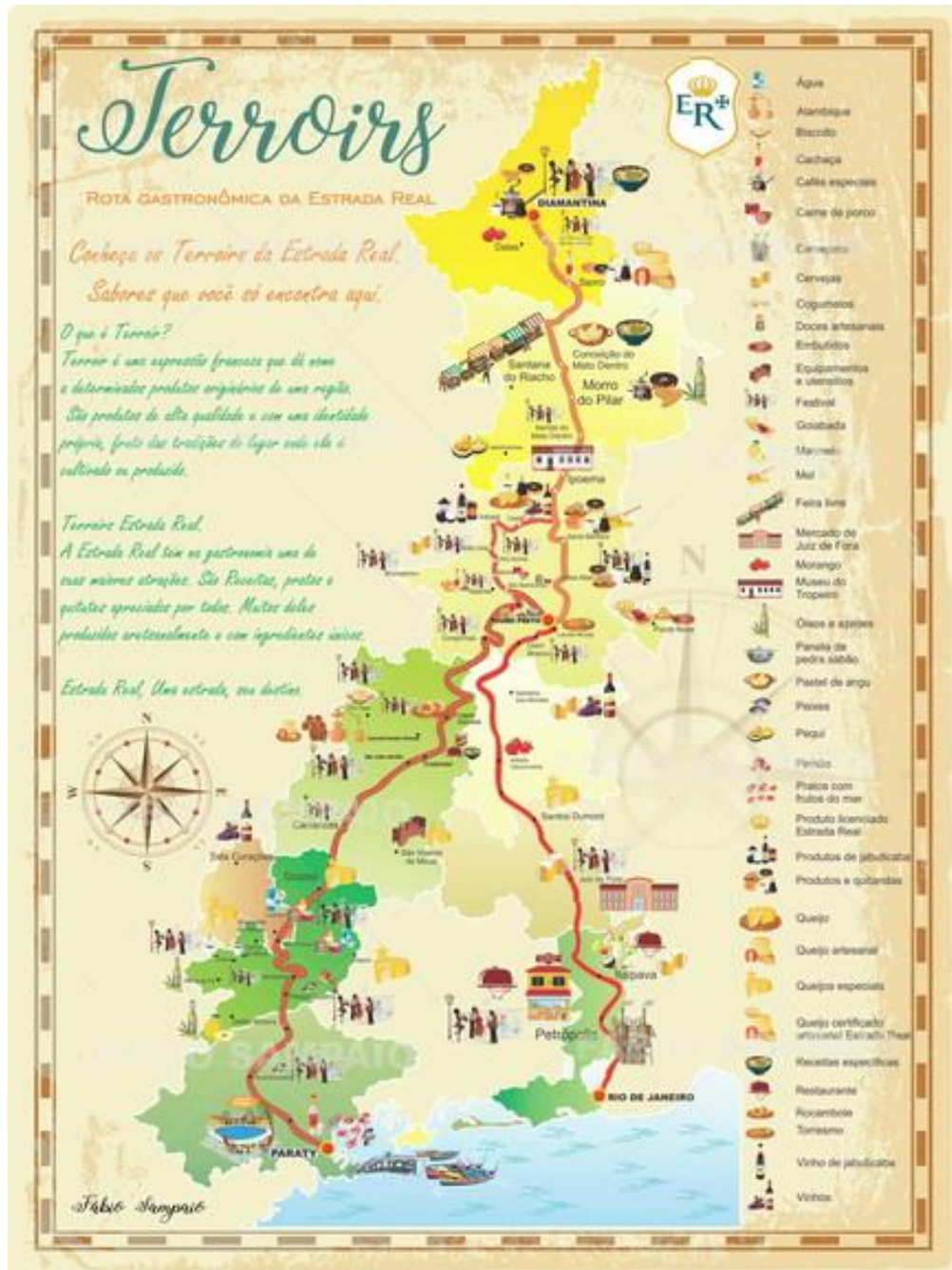
Em campo, foi possível constatar que o CRER pretende aproveitar o Caminho Velho da Estrada Real já demarcado e proporcionar ao turista vivenciá-lo pelo viés religioso. O caminho passa a ser visto também como uma oportunidade de negócios: criam-se empregos para guias, incrementam-se o artesanato em geral e o ligado às peças religiosas e aumenta-se à utilização da estrutura de apoio ao turismo, como, hotéis, pousadas e agências de viagem. As atividades de lazer propiciadas pelo turismo religioso por meio das festas, procissões, romarias e novenas integram o universo das culturas populares.

Entre as principais características do turismo dos caminhos que compõem a Estrada Real, salienta-se a gastronomia. São receitas, pratos e quitutes apreciados por todos, muitos deles produzidos artesanalmente e com ingredientes únicos. E é justamente para valorizar toda essa riqueza que surgiu o *Terroirs* Estrada Real. Essa iniciativa está selecionando e mapeando os *terroirs* encontrados ao longo da Estrada, tanto em Minas Gerais quanto no Rio de Janeiro e São Paulo. *Terroir* é uma expressão francesa que dá nome a determinados produtos originários de uma região específica. Trata-se de produtos de alta qualidade e com uma identidade própria, fruto das tradições do lugar onde ele é cultivado ou produzido. Para todos os desbravadores dos caminhos não ficarem perdidos entre tantos sabores, foi

criado um mapa com as cidades e lugares onde se encontram os principais *terroirs*, além de festivais e eventos gastronômicos ligados a eles (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

A FIG. 6 mostra o mapa da rota gastronômica da Estrada Real:

Figura 6 - Terroirs: rota gastronômica da Estrada Real



Fonte: Instituto Estrada Real, 2015.

As visitas de campo permitiram concluir que a culinária mineira é apreciada por suas cores, sabores e perfumes marcantes. Os sabores têm origem nas coisas simples e que carregam muito de sua história da época de exploração das minas de ouro. São identidades que se refletem nas expressões da cultura mineira como um dos principais “pilares” da mineiridade. Tal prática favorece a discussão sobre a importância do sentimento de pertencimento a essa cultura e dos recursos utilizados para estabelecê-lo e reproduzi-lo.

3.4 Políticas públicas de turismo em Minas Gerais

Minas Gerais nasceu ao final do século dezessete, advinda da heroica e histórica aventura dos paulistas, que, com suas Bandeiras e Entradas, desbravaram pioneiramente o território interior brasileiro e plantaram entre as montanhas uma nova civilização (MINAS GERAIS, 2006).

Minas Gerais é o maior e mais tradicional estado minerador, respondendo por 44% do valor da produção mineral do País e por 35,3% da produção total brasileira de aço bruto. É o segundo maior polo automotivo do País, responsável por 25,8% da produção nacional de veículos. É também o único estado fabricante de helicópteros em toda a América do Sul. Possui o maior polo nacional de biotecnologia e é o terceiro estado do Brasil na produção de cana-de-açúcar, com a marca de 32,2 milhões de toneladas (BRASIL, 2017). Dados da EMBRATUR revelam que o estado de Minas Gerais recebe 10% do fluxo de turismo doméstico e 6% do turismo internacional.

Segundo Pereira (1999), a visibilidade da utilidade terapêutica das águas minerais, traduzida pela busca por parte de outras cidades e estados em busca de tratamento, foi o motivo que concebeu a história de turismo em Minas Gerais. Logo após o grande desfecho nas décadas de 1920 e 1930, as estâncias hidrominerais, de acordo com Silva Jr. (2003), vivenciaram problemas em meados dos anos de 1940, em função da proibição dos “jogos de azar”, por ordem do Governo Federal. Assim, foram praticadas ações regulares associadas ao turismo no estado, como a criação do Conselho Estadual de Turismo (década

de 1960) e a produção do Programa Mineiro de Turismo, no final da década de 1970 (BOLSON *et al.* 2004).

Em 1999, foi criada a Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais (SETUR) e instaurada a política de turismo para o estado, tendo como estrutura fundamental a origem dos Circuitos Turísticos (SETUR-MG, 2018). Na mesma época o governo de Minas criou o Programa de Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real, cujo propósito era resgatar e explorar o potencial ao longo do caminho nominado “Estrada Real”, transformando-a em um circuito turístico (MINAS GERAIS, 2000).

Com o propósito de estabelecer regras claras e objetivas para a exploração turística da Estrada Real, foram realizadas iniciativas para impulsionar a economia do estado. Com ações coordenadas e planejadas pelo Poder Público, em conjunto com a sociedade civil organizada, por intermédio do Conselho Consultivo da Estrada Real, composto por representantes de diversas entidades públicas e privadas ligadas ao turismo e suas áreas afins, a administração pública estadual elaborou, entre 1999 e 2002, uma legislação que buscava resguardar o patrimônio histórico, cultural, natural e paisagístico do entorno da Estrada Real, em seu trecho mineiro, de toda e qualquer ação que pudesse degradar ou alterar suas características (GUERRA; OLIVEIRA; SANTOS, 2003).

O resultado desse trabalho foi a promulgação da Lei 13.173/93 (Anexo B), que dispõe sobre o Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real, o qual passou a nortear todas as ações institucionais da Secretaria de Estado do Turismo no que diz respeito a sua política de desenvolvimento turístico para a Estrada Real, um importante conjunto da arquitetura colonial e um patrimônio histórico do povo brasileiro (GUERRA; OLIVEIRA; SANTOS, 2003).

O Decreto 41205/00 (Anexo C), que regulamentou a Lei 13.173/93, definiu que a TURMINAS como o órgão gestor do Programa, com a assessoria do Conselho Consultivo, composto por 12 membros, nomeados pelo governador do estado, e presidido pelo secretário de Estado do Turismo. Essas medidas surtiram efeitos imediatos como o

planejamento e a elaboração de uma política pública da Secretaria de Estado do Turismo voltada para a divulgação e a exploração sustentável do turismo na Estrada Real, com a participação efetiva do Conselho Consultivo que, instalado, funcionou durante o biênio 2001-2002, prestando assessoramento à TURMINAS para a implementação de ações para a Estrada Real. Entretanto, contrariando e ignorando o que determina a referida lei e seu decreto regulamentador, o governo estadual da época vinha transferindo a responsabilidade pela gestão de todo esse Programa ao Instituto Estrada Real/IER, entidade constituída pela Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG) como uma sociedade civil, sem fins lucrativos, com a finalidade de criar, organizar e gerenciar o produto turístico “Estrada Real” e suas variantes (GUERRA; OLIVEIRA; SANTOS, 2003).

Segundo Gomes e Santos (2007), em 2001, dois anos antes da apresentação do Plano Nacional de Turismo, o estado apresentou esta política de circuitos para incentivar a criação de circuitos turísticos. Ele já havia constatado o valor da articulação regional para aumentar o número de produtos turísticos concedidos pelo estado e melhorar o índice de permanência do turista no estado.

O circuito é dirigido por uma entidade sem fins lucrativos, sustentada por mensalidades pagas pelos associados, que são empresários, prefeituras e demais interessados no turismo na região. O governo de Minas Gerais identifica estas instituições como responsáveis pelo desenvolvimento do turismo na região de abrangência de seu circuito, desde que atendam às normas de certificação estabelecidas por ele. Os circuitos certificados são inseridos nos planos prioritários da Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais. Dessa forma, passam a ter acesso facilitado aos recursos destinados à sinalização turística e a promoção e divulgação, bem como aos créditos para treinamento de mão de obra e implantação de infraestrutura turística (SETUR, 2018).

O turismo vem exigindo cada vez mais a oferta de produtos vivenciais e autênticos focados na experiência e no protagonismo do turista no ambiente visitado. Minas Gerais possibilita essas vivências de forma diferenciada e única, com base na mineiridade e consolida seu potencial de turismo, além de e utilizar a cultura, a natureza e a hospitalidade, matérias-

primas básicas para o desenvolvimento do turismo vivencial, como ferramentas de seu posicionamento turístico do Estado no mercado (MINAS GERAIS, 2006).

Determinados atributos particulares dos mineiros são reconhecidos como inerentes a sua identidade. O turismo transforma a mineiridade em produto, fazendo dela, muitas vezes, um espetáculo de entretenimento, como será descritos a seguir.

3.5 Mineiridade

Oh! Minas Gerais!
Oh! Minas Gerais!
Quem te conhece não esquece jamais.
Oh! Minas Gerais!
Oh! Minas Gerais – domínio público.⁵

Percorrer os caminhos coloniais mineiros, ou pelas Estradas Reais, é perceber traços marcantes da cultura de Minas Gerais associadas à mineiridade. O conhecimento da história e a preservação do patrimônio são elementos essenciais para a perspectiva do turismo cultural nos circuitos das Estradas Reais.

Decifrar Minas Gerais é tarefa complexa. Decifrar povos, culturas e identidades é sempre um desafio que perpassa por muitas subjetividades, apesar de haver fatos e dados estatísticos ou de outros tipos de pesquisas que analisam e tentam criar características peculiares a cada um. Encontrar um grupo coeso e coerente de características capazes de identificar o que é ser mineiro (qual a construção simbólica do mineiro) é uma busca que pode tomar vários caminhos (PERNISA, 2011).

Minas Gerais é uma terra que tem muito de um tanto: do cerrado à mata atlântica, dos grandes rios e montanhas que renderam ouro em abundância à riqueza do solo dos sertões ou da inestimável riqueza do barroco das cidades históricas ao legado modernista deixado por Niemeyer na Belo Horizonte para ser capital.

⁵ O estado de Minas Gerais não possui um hino oficial, embora a canção "Oh! Minas Gerais", adaptação da canção napolitana "Vieni Sul Mar!", seja popularmente vista como tal.

Belo Horizonte não é uma cidade como as outras. Ela foi planejada, projetada e traçada a régua e compasso. Criada primeiro na prancheta, teve depois seu plano imposto ao relevo natural à custa de enormes esforços e grande movimento de terras. Por isso, a “Cidade de Minas”, como era seu nome oficial, veio causar imenso impacto na contida gente da montanha. Nestas “Minas de tantos Gerais”, coexistem dimensões várias e, muitas vezes, contrastes. Mas, em vez de um conjunto de universos distintos, essa diversidade forma um mundo só. Costuradas pela teia de ambição e persistência urdida por aventureiros que seguiam pelo Brasil adentro, as muitas faces das Minas e dos Gerais forjaram um povo resistente e trabalhador, solidário e hospitaleiro, que traduz a mineiridade (AFONSO *et al.*, 2015).

De acordo com Afonso *et al.* (2015), percorrer Minas Gerais é vislumbrar um riquíssimo patrimônio histórico e cultural e a diversidade geográfica e biológica do estado único e multifacetado. Entretenimento e conhecimento andam juntos nessa caminhada. Minas é um amplo mosaico de arte e da arquitetura, grandiosas em todos os estilos de época, do Barroco ao Modernismo. A singela e a espontaneidade do artesanato e da arte popular. O folclore e a religiosidade se encontram em emocionantes demonstrações de fé, que produzem magníficos e originais espetáculos nas igrejas e ruas. Na natureza, há o cerrado a caatinga e a mata atlântica, que afloram entre as bacias hidrográficas e sobre os maciços da Mantiqueira, da Canastra e do Espinhaço. Estão lá, também, as sempre misteriosas cavernas, onde as águas e o tempo desenharam paisagens estonteantes. Há ainda a gastronomia típica, que é um elemento que dá significado a essas terras e a mineiridade. A essência dessas vastas terras e a diversidade mineira formam uma unidade singular: Minas Gerais não se excluem, completam-se.

Pernisa (2011) argumenta que, apesar da diversidade encontrada no estado de Minas Gerais (sul influenciado por São Paulo; norte influenciado pela Bahia; Triângulo Mineiro, por Goiás; Zona da Mata, pelo Rio de Janeiro e a região central, pela capital do estado), parece haver um consenso entre os estudiosos da identidade mineira sobre a existência de dois períodos históricos que formam a base do ser mineiro. Essa origem influenciou, e ainda influencia a mente e a imaginação de intelectuais, poetas e cronistas, acabando por manter

uma série de identificações para o mineiro. O primeiro desses períodos seria o século XVIII, conhecido como o “Século do Ouro”, que promoveu intensa vida urbana em torno das minas, nascendo os arraiais, vilas e povoados, que congregaram indivíduos de várias localidades, níveis sociais, credos e etnias. O segundo seria justamente a decadência desse período, quando as minas começaram a dar sinais de esgotamento, promovendo o deslocamento da população em busca de outras possibilidades de sobrevivência, o que contribuiu para o processo de ruralização econômico, político e social. Entre esses dois momentos, também aparece o movimento dos inconfidentes, marcando, de certa maneira, a transição entre a riqueza e a pobreza da região.

Segundo Vasconcellos (1981), a formação social de Minas Gerais e, por conseguinte, da cultura mineira — a mineiridade — está fortemente vinculada ao período da mineração como atividade socioeconômica. As primeiras notícias sobre a descoberta do ouro na região das minas datam do final do século XVII. Levadas com rapidez, espalharam-se pelo Brasil e, céleres, chegaram a Portugal. Entre 1705 e 1750, os livros de navegação registraram a saída de dez mil pessoas da metrópole em direção à colônia, grande parte delas com o sonho do ouro mineiro na algibeira. Com o passar do tempo, a administração portuguesa começou a se impor em um território que até então não lhe interessava, e os pequenos povoados tornaram-se vilas que ganharam autonomia em relação à capitania de São Paulo: nasceu em 1720 a capitania de Minas Gerais.

Só a procura de caracterizações peculiares pode conduzir à compreensão da cultura local, manifestada singularmente na segunda metade do século XVIII quando, em 1720, elevou-se à condição de capitania autônoma (independente de São Paulo e Rio de Janeiro), período que determina as raízes da sociedade e da subcultura regional. A produção e a exportação de açúcar para o mercado europeu foram as principais atividades econômicas brasileira no século XVI e começo do XVII (FAUSTO, 2002).

Os holandeses conheciam o processo de fabricação de açúcar e tinham o controle sobre a distribuição e comercialização deste produto. Com isso, conseguiram conquistar os grandes mercados consumidores rapidamente, deixando o açúcar produzido no Brasil em segundo

plano no mercado internacional. A concorrência holandesa foi, portanto, uma das principais causas da crise do açúcar brasileiro no período colonial, pois eles conseguiram produzir açúcar mais barato e de melhor qualidade. Só após a decadência dos engenhos de açúcar é que a Coroa Portuguesa passou a incentivar a prospecção mineral, quando as bandeiras começaram a abrir caminhos para a exploração do ouro e do diamante. Conseqüentemente, abriram florestas, plantaram roças, formaram criações, construíram abrigos e foram fundando os primeiros arraiais mineiros (IGLÉSIAS, 1992).

Para Iglésias (1992), o desbravamento de todo o território mineiro é que tornou Minas Gerais o estado mais povoado do País. As estimativas davam conta que de 30.000 pessoas, no início do século XVIII, passaram a ser mais de 400.000 no final do século. Entre 1500 e 1822, foram criadas em todo o Brasil 210 vilas, 159 só na região aurífera. Segundo afirma Sebastião Martins (1992: 21), "Minas foi urbana antes de ser rural".

Iglésias (1992) ressalta que no século XVIII a Inconfidência Mineira, de 1789, foi um dos eventos da história colonial brasileira de maior repercussão e conhecimento popular. Segundo o autor, foi abordada de várias maneiras diferentes. Há quem a defina como um movimento que buscava a liberdade da colônia portuguesa em relação à metrópole. Outros já esboçam contornos mais regionais, atribuindo sua "quase" eclosão ao descontentamento da população de Minas com a excessiva carga tributária imposta pelo governo português. Assim, foi um dos movimentos contestadores mais importantes do Brasil Colônia, precursor do fim do sistema colonial, contra o aumento do fisco e as rígidas formas de opressão sobre escravos, trabalhadores e mineradores.

Vasconcelos (1981: 74) aponta alguns aspectos característicos do povo mineiro, primeiro, pelo seu espaço geográfico, seu "ilhamento ensimesmado", quando explica que esta gente cercada por todos os lados, "não de águas, mas de terras; terras que atravessamos nas nossas distantes incursões, levando, porém, sempre conosco, o nosso mundo peculiar, característico e inassimilável". Muitas coisas da vida mineira se explicam pelo fato de Minas ser um estado central.

A distância até o litoral possibilitou ao povo mineiro desenvolver autonomia e singularidade de técnicas construtivas e materiais. Com traços físicos muito diversos, seus cidadãos, em geral, tem em comum uma personalidade forte, idealismo, coragem, espírito de liderança, alma sensível e religiosa. A criatividade é uma qualidade histórica que acompanha a trajetória desse povo e está presente na música, na literatura, nas artes plásticas e cênicas, na arquitetura, na culinária e nas manifestações populares e folclóricas. A diversidade cultural de Minas Gerais é uma das riquezas e um dos patrimônios mais importantes do Brasil (VASCONCELOS, 1981).

Segundo Geertz (1989), a concepção de cultura suscita algumas perspectivas diferentes diante de alguns postulados teóricos. O autor concebe a cultura como “um padrão de significados transmitidos historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas, expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida” (Geertz, 1989, p. 103). Este padrão de significados que é passado de geração a geração (intergeracional), compõe parte das relações intersubjetivas do grupo familiar. A cultura se expressa nessas relações intersubjetivas por permitir compreender, no plano histórico da herança, as concepções ou ideais de um grupo, para que haja harmonia e combinação de elementos determinantes do repertório existencial de uma família. Assim, a família mineira é marcada por sua história cultural singular e composta de sujeitos com histórias singulares em relação a outros grupos.

Se é árdua a tarefa de encontrar definições que representem a cultura mineira, igualmente complexa quanto é a de definir as referências e características culturais peculiares ao grande estado de Minas Gerais. Trata-se de um estado que sabe usar todas as suas influências e atrair olhares para a região, o que resulta na produção de uma sociedade bastante autêntica em suas manifestações e expressões culturais. Desafiante, ainda, em poucas páginas é sintetizar o que tantos estudiosos, escritores, artistas e viajantes tentaram expressar e narrar, ao longo de três séculos de história sobre essa gente tão especial um forte referencial: o ser mineiro. Seja o sertanejo das gerais, o barranqueiro do rio São Francisco, o índio e todo esse povo que conquistou serras e vales, rios e planaltos. Explicar

este “ser mineiro” é falar de seus “coloridos genéricos” e de seus “matizes particulares” (VASCONCELLOS, 1981, p. 8).

Lima (2000) ressalta que estudiosos, na tentativa de idealizar uma imagem do “ser mineiro”, revelam como referências principais de Minas a curiosidade, o bom humor, a sobriedade, a simplicidade, a reserva e a discrição nos gestos, nas palavras, no pensamento, nos sentimentos e na vontade. Assim, as características psicossociais mais típicas e genuínas da população mineira, seus valores, tradições e costumes é que se formaria uma suposta identidade mineira que se convencionou chamar de “mineiridade”.

De acordo com Dias (1985), a presença do tema da “Mineiridade” em textos de criação literária revela equilíbrio, simplicidade, eruditíssimo, centralidade da família, síntese nacional, apego às tradições e conciliação política. Estes são epítetos constantes que aparecem ao longo da história do discurso da mineiridade. Não apenas em nível conceitual e no discurso informativo, mas também nos romances, poemas e memórias, aparecem alusões mais ou menos explícitas ao que é ser mineiro. Sem falar nos escritos de criação que exprimem vagamente a realidade social mineira e a atmosfera espiritual de alguns romances. O mineiro é irônico e se diverte com histórias, como completa Lima:

Tudo em Minas se faz sem pressa. O tempo não conta. Fazem-se as coisas para durar, para permanecer e não para aparecer, para fingir ou para ganhar tempo (...) nem cor, nem andamento, nem gestos, nem palavras, nem nada do que, normalmente, anima a tudo foge em Minas e essa lei suprema da sobriedade que domina toda a vida por estas paragens. Aqui se vive mais devagar, e por isso mesmo é que tantos corações cansados pelo andamento prestíssimo do nosso século vêm aqui para readquirir forças de viver no meio dessas montanhas (...) (LIMA, 2000, p. 33-34).

João Guimarães Rosa⁶ autor que criou uma narrativa original na literatura brasileira, utilizando recursos da linguagem oral escrita, regional e arcaica, em seu texto descreve o que é o ser mineiro:

⁶ João Guimarães Rosa (Cordisburgo, 1908 — Rio de Janeiro, 1967) foi um dos mais importantes escritores brasileiros de todos os tempos. Os contos e romances que escreveu ambientam-se quase todos no chamado “sertão brasileiro”. Sua obra destaca-se, sobretudo, pelas inovações de linguagem, sendo marcada pela influência de falares populares e regionais, o que, somado à erudição do autor, permitiu a criação de inúmeros vocábulos a partir de arcaísmos e palavras populares, invenções e intervenções semânticas e sintáticas.

Ser Mineiro é não dizer o que faz, nem o que vai fazer, é fingir que não sabe aquilo que sabe, é falar pouco e escutar muito, é passar por bobo e ser inteligente, é vender queijos e possuir bancos. Um bom Mineiro não laça boi com imbira, não dá rasteira no vento, não pisa no escuro, não anda no molhado, não estica conversa com estranho, só acredita na fumaça quando vê o fogo, só arrisca quando tem certeza, não troca um pássaro na mão por dois voando. Ser Mineiro é dizer "uai", é ser diferente, é ter marca registrada, é ter história. Ser Mineiro é ter simplicidade e pureza, humildade e modéstia, coragem e bravura, fidalguia e elegância. Ser Mineiro é ver o nascer do Sol e o brilhar da Lua, é ouvir o canto dos pássaros e o mugir do gado, é sentir o despertar do tempo e o amanhecer da vida. Ser Mineiro é ser religioso e conservador, é cultivar as letras e artes, é ser poeta e literato, é gostar de política e amar a liberdade, é viver nas montanhas, é ter vida interior, é ser gente (ROSA, 1992, p. 329).

Ainda acompanhando os pensamentos do autor, o ser mineiro representa uma ideia de união e fraternidade no conjunto da população mineira, destacando-a do conjunto nacional, por meio da atribuição narrativa de certos valores, costumes e tradições que lhe seriam específicos.

João Guimarães Rosa descreve:

Aí está Minas: a mineiridade. Disse que o mineiro não crê demasiado na ação objetiva; mas, com isso, não se anula. Só que mineiro não se move de graça. Ele permanece e conserva. Ele espia, indaga, protela ou palia, se sopita, tolera, remancheia, perrengueia, sorri, escapole, se retarda, faz véspera, tempera, cala a boca, matuta, destorce, engambela, pauteia, se prepara. Mas, sendo a vez, sendo a hora, Minas entende, atende, toma tento, avança, peleja e faz. Sempre assim foi. Ares e modos. Assim seja. Só, e no mais: sem ti, jamais nunca — Minas, Minas Gerais. Longe do mar, Minas sem mar, Minas em mim: Minas comigo. Minas.

Arruda (1999) afirma que a hospitalidade do mineiro reflete o espírito acolhedor, sua amabilidade, gentileza, educação, simplicidade, o olhar peculiar sobre as coisas e até certa rusticidade, mas nunca frieza. Para o autor, a perspicácia do mineiro e a agudeza e o equilíbrio próprio ao espírito fornecem-lhe o preparo para se lançar ao futuro e implementar mudanças, inclusive econômicas, por terem “imaginação pronta e espírito ativo.

Para Lima (2000), o que constitui a base do essencialismo identitário do mineiro é a associação ao nível religioso em si. Neste sentido, tem-se que o “sagrado é tudo o que domina o homem, e com tanta mais certeza quanto mais o homem considere-se capaz de dominá-lo” (GIRARD, 2008, p. 45).

Com base no pensamento durkheimiano, a religião é mais do que a ideia de deuses e espíritos. Assim, a característica fundamental da religião é o sagrado, que é algo magnífico, enquanto seu oposto, o profano, está relacionado às coisas ordinárias e mundanas. Sendo a sociedade a alma da religião, o sagrado só pode aparecer no âmbito social. Este em um nível superior, sublime, e o profano é a ausência de poder, o vulgar no cotidiano. Por meio das práticas devocionais do catolicismo, seu espírito supersticioso, o sincretismo, o primitivismo cultural, pode-se observar a profundidade da religiosidade entranhada na cultura mineira (GIRARD, 2008).

Segundo Vasconcelos (1981), o Ciclo do Ouro foi o momento em que, no século XVIII, a extração deste mineral foi a principal atividade econômica brasileira. O ciclo econômico da mineração dinamizou a sociedade brasileira. Diferente do Ciclo do Açúcar, a riqueza proveniente do ouro não ficou concentrada nas mãos de um único grupo social. Como as riquezas passaram a se concentrar na região Sudeste, a capital da colônia deixou de ser Salvador e passou a ser o Rio de Janeiro, que tornava mais fácil e rápido o acesso às regiões mineradoras. Com o desenvolvimento de cidades como Vila Rica, Mariana e Diamantina, entre outras cidades, apareceram os comerciantes, artesãos, intelectuais, padres, funcionários públicos e outros profissionais liberais.

Ao fim do século XVIII, com o esgotamento das jazidas de ouro, ocorreu em Minas Gerais uma migração para outras áreas em busca de novas alternativas de renda e sobrevivência. As pedras preciosas deram lugar às atividades no setor agrícola. A valorização de produtos como algodão, açúcar e tabaco marcou o estabelecimento do chamado “renascimento agrícola” (VASCONCELOS, 1981).

De acordo com a literatura historiográfica, Minas Gerais vivia, em meados do século XIX, sob o estigma do atraso em relação aos áureos tempos da exploração mineral, que colocava o estado em posição desfavorável em relação ao crescimento de outras regiões do país. Com o fim da produção aurífera no século XVIII, a província se viu limitada a produção agrícola, bastante desenvolvida no Sul e na Zona da Mata, e à produção pecuária, no Norte.

Já no caso da região central, a produção agrícola era incipiente, comparada a de outras regiões da província (DULCI, 1999).

Ouro Preto sofria com o quase abandono das atividades de exploração do ouro, o que provocou um movimento emigratório de seus habitantes em busca de melhores condições de vida. Com isso, tornou-se pouco povoada. Outros problemas eram também visíveis, como o escoamento da produção, comunicação, atividade agropecuária incipiente e precariedade de urbanismo. Até mesmo as ruas estreitas e as ladeiras íngremes começaram a ser vistas como um empecilho para a sede da capital mineira (DULCI, 1999).

Segundo Dulci (1999), a mudança da capital nasceu de um gesto político. Foi uma iniciativa das elites políticas, que queriam a nova capital num local estratégico. A arte barroca que foi inspirada na contrarreforma que a Igreja Católica vinha sofrendo, tendo por intuito dar mais espiritualidade e emoção à ideia renascentista, que antes era tão valorizada, passou a ser um passado que era melhor esquecer.

Com a mudança da capital para Belo Horizonte, Ouro Preto parecia uma cidade abandonada (45% da população se transferiu para a nova capital), mas seu patrimônio cultural teve a garantia de seu tombamento e sua preservação. Dados do Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA/MG) revelam que Minas Gerais se destaca como um dos 44 mais significativos repositórios de bens de importância cultural e, também, pela humanidade, com seus acervos tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como Patrimônio Cultural da Humanidade. Junto com as mais notáveis obras da cultura mundial, destacam-se Ouro Preto, Diamantina, o Santuário de Bom Jesus de Matosinhos (em Congonhas do Campo) e o conjunto arquitetônico e paisagístico da Pampulha. Aproximadamente, são 3.500 bens tombados e 5.000 inventariados pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA/MG). O estado possui patrimônios naturais como a serra dos Cristais, a serra da Canastra, a cordilheira do Espinhaço e as reservas da Mata Atlântica com o título de “Reserva da Biosfera” (DULCI, 1999).

É na literatura, contudo, que os traços da cultura mineira se encontram de forma mais inflamada. Intelectuais, poetas e ensaístas reforçam e legitimam a “mineiridade” em seus inúmeros trabalhos, tornando-se os verdadeiros autores desse discurso identitário. Muitos insistem numa subcultura regional mineira diferente das demais. Herdeira de momentos históricos fundamentais, como a Inconfidência Mineira, essa subcultura confere ao mineiro um caráter assim descrito por Maria Arminda Arruda, “no destemor, porém suave, elaborase a personalidade básica dos mineiros, fruto da combinação permanente da impetuosidade na temperança, da força na serenidade, da harmonia na desorganização” (ARRUDA, 1999 p. 45).

Carlos Drummond de Andrade⁷ nasceu em Itabira/MG (cidade cuja memória viria a figurar em grande parte de sua obra). Nas irrelatáveis palavras sobre Minas Gerais e mineiridade, escreve sob a forma de poema a palavra *Minas*: “Minas não é palavra montanhosa. É palavra abissal. Minas é dentro e fundo. As montanhas escondem o que é Minas. No alto mais celeste, subterrânea é galeria vertical varando o ferro para chegar ninguém sabe onde. Ninguém sabe Minas. A pedra o buriti a carranca o nevoeiro o raio selam a verdade primeira sepultada em eras geológicas de sonho. Só mineiros sabem. E não dizem nem a si mesmos o irrelatável segredo chamado Minas” (ANDRADE, 1992, p. 443).

O poeta construiu um poema dedicado a Minas Gerais. Mas não se limitou ao regionalismo, pois estava mais preocupado em revelá-la ao mundo. Minas deve estar no “fundo”, “dentro” de cada um em segredo.

De acordo com Aguiar (2007), com a intenção declarada de sua narrativa em descrever as qualidades primordiais de Minas Gerais em “Prece de mineiro no Rio” do livro *A vida passada a limpo* (1959), Carlos Drummond de Andrade, deixa claro o sujeito que busca nas origens a unidade e a integridade psicológica a ser recuperada. O espírito de Minas é capaz de instalar a ordem e a lucidez. Apesar de longo, vale a pena transcrever na íntegra esta referência a Minas Gerais.

⁷ Carlos Drummond de Andrade (Itabira, 31 de outubro de 1902 — Rio de Janeiro, 17 de agosto de 1987) poeta, contista e cronista brasileiro, considerado por muitos o mais influente poeta brasileiro do século XX. Um dos principais poetas da segunda geração do Modernismo brasileiro.

Prece de um Mineiro no Rio
 Espírito de Minas, me visita,
 e sobre a confusão desta cidade
 onde voz e buzina se confundem,
 lança teu claro raio ordenador.
 Conserva em mim ao menos a metade
 do que fui na nascença e a vida esgarça:
 não quero ser um móvel num imóvel,
 quero firme e discreto o meu amor,
 meu gesto seja sempre natural,
 mesmo brusco ou pesado, e só me punja
 a saudade da pátria imaginária.
 Essa mesma, não muito. Balançando
 entre o real e o irreal, quero viver
 como é de tua essência e nos segredas,
 capaz de dedicar-me em corpo e alma,
 sem apego servil ainda o mais brando.
 Por vezes, emudeces. Não te sinto
 a soprar da azulada serrania
 onde galopam sombras e memórias
 de gente que, de humilde, era orgulhosa
 e fazia da crosta mineral
 um solo humano em seu despojamento.
 Outras vezes te invocam, mas negando-te,
 como se colhe e se espezinha a rosa.
 Os que zombam de ti não te conhecem
 na força com que, esquivo, te retrais
 e mais límpido quedas, como ausente,
 quanto mais te penetra a realidade.
 Desprendido de imagens que se rompem
 a um capricho dos deuses, tu regressas
 ao que, fora do tempo, é tempo infindo,
 no secreto semblante da verdade.
 Espírito mineiro, circunspecto
 talvez, mas encerrando uma partícula
 de fogo embriagador, que lavra súbito,
 e, se cabe, a ser doido nos inclinas:
 não me fujas no Rio de Janeiro,
 como a nuvem se afasta e a ave se alonga,
 mas abre um portulano ante meus olhos
 que a teu profundo mar conduza, Minas,
 Minas além do som, Minas Gerais.⁸

Para Aguiar (2007), Carlos Drummond de Andrade é como um rio que nasce em Minas e deságua no mundo. Em seu curso, inventa cidades, infâncias, pessoas, montanhas e abismos. Nesse trajeto, o poeta articula palavra e memória para lançar um olhar sobre a vida que, de um lado, é desencantado, cético e melancólico e, de outro, é comprometido

⁸ No poema (DRUMMOND, 1973 p. 304-305), como um marinheiro antigo, o poeta, com a recorrência ao portulano. Roteiro usado nas navegações dos velhos tempos, já nos posiciona na direção das origens, dos tempos primevos, do mar infinito, do regaço materno, da terra-mãe, berço, família, linguagem; enfim, das ancoras da identidade.

com a história de seu tempo, coma experiência coletiva e a participação política e social. No rigor de seus versos, Drummond trava a luta dele próprio, que chamou de a mais vã, a luta com as palavras. No entanto, ele lutou a vida inteira, mal rompia a manhã. Representante ilustre do estado de Minas Gerais, Drummond sempre escreveu sobre as memórias históricas do estado. O mineiro das minas e montanhas (AGUIAR, 2007).

As memórias históricas sobre Minas Gerais e mineiridade, que produz um já dito sobre questões que são recorrentes na caracterização daquilo que é tido como mineiro, a mineração, a comida, a simplicidade e a natureza, são motivos de propagandas institucionais na televisão. Segundo Pereira (2012), a Globo Minas, uma dessas TVs locais, afiliada à Rede Globo, lançou em seu *site*, no início de 2011, sua campanha institucional, que recebeu o nome de “Minas é o mundo, o mundo da gente”, que traz clipes de músicas de artistas que nasceram ou vivem em Minas Gerais. Nos clipes, a música vem acompanhada de imagens de diversos lugares de Minas e da locução de assinatura que apresenta o nome da campanha e o da emissora. Ainda segundo o site, “a diversidade das paisagens, da cultura e da gente de Minas Gerais é o tema de inspiração desta campanha”.

A campanha tinha por função principal chamar a atenção das pessoas para o que há de melhor em Minas Gerais. Para isso, dava grande destaque tanto à construção de uma imagem de povo pacífico e simples quanto à força do ouro e do Barroco para a história do Brasil, apresentando Minas Gerais como o mundo dos mineiros e dos apaixonados pelo estado (PEREIRA, 2012).

Para Dias (1985), a mineiridade consiste em uma constelação de atributos consignados aos habitantes desse território, a título tanto individual como coletivo. Descreve costumes das famílias; discorre sobre o seu fechamento para o exterior e fala da influência dos portugueses de origem rural na constituição desses costumes domésticos, como elementos diferenciadores do povo mineiro. Na descrição e na interpretação do que é ser mineiro, começam a aparecer determinadas conotações. Os menos elaborados e mais anacrônicos modelos de análise são aqueles que insistem nesses atributos como sendo naturais, que

falam em "raça mineira", que ignoram possíveis diferenciações internas sob os pontos de vista ecológicos (sub-regiões) ou de organização social (grupos diversificados e classes).

Ainda com base nos pensamentos do autor, o caráter geográfico (principalmente o aspecto montanhoso) como forte condicionante cultural de Minas é o que também legitima o mineiro. Depois de refutar doutrinadores do determinismo geográfico, argumenta que o fator é irrecusável no caso mineiro. Leva em conta a sucessão de montanhas, em que aparecem os municípios como verdadeiros anfiteatros, "separados uns dos outros por antemurais de granito". Por isso, vivem vida à parte. O municipalismo — a consciência de pertencer a uma comunidade de origem — impregna a vida mineira, fazendo com que qualquer mineiro, por mais nacionalmente ilustre que seja, se faz apresentar sempre como filho deste ou daquele município.

A mineiridade — ou seja, a formulação de um conjunto específico de valores atribuídos a um grupo (BOMENY, 1994, p. 56) — pode ser definida como o termo que traduz a conjunção de diversos elementos que constituem um povo, tais como, apego à tradição, valorização da ordem, prudência, aversão a posições extremistas e, portanto, o centrismo, a moderação, o espírito conciliador, a capacidade de acomodar-se às circunstâncias e, ao mesmo tempo, efetuar transações, e a habilidade, a paciência como estratégias para o alcance de objetivos políticos com menor custo.

As cidades históricas, como retrato do estado, são o carro-chefe do turismo mineiro, contribuindo também para o reforço da mineiridade. A religiosidade, com suas procissões, as igrejas católicas, os sinos, a preocupação com a moral, a tradição da família mineira, tudo isso é construído simbolicamente nos livros, nas músicas, na política. É reconhecido como a identidade do estado, criando uma comunidade imaginária que talvez possa dar conta da necessidade de se fazer um estado coeso, unido e forte, política, econômica e, por que não, culturalmente. As festas religiosas acontecem com frequência, relatadas pela imprensa, com fiéis fazendo suas penitências e mostrando sua devoção (PERNISA, 2011).

Os "causos" mineiros também são reconhecidos como uma característica peculiar do povo. Eles transparecem um senso de humor discreto e arguto (como o dos ingleses) e, também,

a ideia de que o mineiro come quieto, esconde o jogo, faz-se de desentendido para sobreviver.

Apólogo mineiro: o boi velho e o boi jovem, no alto do morro — lá embaixo uma porção de vacas pastando. O boizinho, incontento. Vamos descer correndo, correndo e pegar umas dez? E o boizão, tranquilamente: Não: vamos descer devagar, e pegar todas (SABINO, 1982, p.72).

Rocha (2003) afirma que o discurso da mineiridade tem, sim, muito sentido e prolonga uma tradição riquíssima de cultura e política. Mas a realidade social vem mudando, e nela o discurso perde substância. À medida que a sociedade vai inaugurando novas estruturas sob as quais se organiza – pós-industrialismo, midiatização da vida social, outros conteúdos culturais, compartilhados em extensões muito maiores do que a realidade regional — vão surgindo novas bases para que os sujeitos organizem suas vidas. Mas, por força do discurso, o “mineiro” será “mineiro” em qualquer lugar, espaço e tempo. Mais do que com o lugar, ele identifica-se com um discurso que fala sobre ele, caracteriza-o, define-o.

Assim, pela dimensão cultural de Minas Gerais, não existe apenas uma única identidade, mas identidades. Portanto, a noção de mineiridade que a considera como estratégia de fixação e naturalização de características culturais, de representações simbólicas determinadas, teria mesmo que ser questionada nesse novo quadro social posto pela sociedade contemporânea e seu movimento de globalização e a intensidade de fluxos e discursos por ela trazidos. Por isso é que, se a globalização aumenta a possibilidade de novos contatos, de conhecer outros e outras realidades distantes, de até alterar ou modificar realidades locais, o que se colocou em discussão e que apresentou necessidade de reflexão foi o conceito de identidade-substância, pois acredita-se na plena capacidade dos sujeitos de conviverem com múltiplas identidades, múltiplos discursos, num movimento de acumulação, e não de exclusão ou substituição total de velhos discursos, velhas identidades por novas (ROCHA, 2003).

O discurso da mineiridade é apropriado de modos variados. As maneiras de ver, viver e assistir são construtos socialmente ancorados, o que revela que a mineiridade é diversamente apropriada nas diferentes regiões culturais (ROCHA, 2003). Será que o

projeto Estrada Real contempla toda a diversidade cultural do estado de Minas Gerais, como ele mesmo se propõe?

Assim, encerra-se esse subcapítulo com a sensação de que se fez aqui uma pequena amostra que Minas são muitas e várias. Dessa forma, os estudos sobre as Minas Gerais e a mineiridade podem levar a inúmeras veredas.

Após apresentar a base teórica do estudo em questão, parte-se para os aspectos e trajetórias metodológicas da pesquisa, apresentados de forma detalhada no capítulo seguinte.

4 ASPECTOS E TRAJETOS METODOLÓGICOS

Estou sentado à beira da estrada, o condutor
muda a roda.
Não me agrada o lugar de onde venho.
Não me agrada o lugar para onde vou.
Por que olho a troca da roda
com impaciência?

A Troca da Roda. Bertold Brecht⁹

Fonseca (2009) define metodologia como uma forma de fazer ciência. Ela determina os procedimentos, as estratégias e os caminhos para se atingir a realidade teórica e prática. Assim, é um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento.

Este capítulo contempla os aspectos e trajetos metodológicos adotados para o estudo proposto. Compõem-se dos seguintes tópicos: “Tipo de pesquisa, abordagem e método de pesquisa”, “Unidade de análise e de observação e sujeitos da pesquisa”, “Construção dos dados”. “Técnicas de análise de dados qualitativos” e “Síntese da metodologia”.

4.1 Tipo de pesquisa, abordagem e método de pesquisa

Com vistas a atender ao objetivo proposto neste estudo, optou-se por uma pesquisa descritiva, que, segundo Gil (2010), tem por finalidade descrever as particularidades de determinado fenômeno e busca descrever um fenômeno ou situação em minúcias, permitindo analisar as características de um indivíduo ou grupo. Para Andrade (2008), a pesquisa descritiva tem como meta principal observar os fatos, registrá-los, analisá-los e classificá-los, sem que haja intervenção do pesquisador.

Como o objetivo desta pesquisa consiste em analisar a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real, na percepção de turistas e dos atores locais envolvidos no turismo cultural local, adotou-se uma abordagem qualitativa, por realizar uma função importante na busca de dados e na análise de seus resultados. Dessa forma, este estudo buscou compreender as percepções dos sujeitos pesquisados e estabelecer uma

⁹ BRECHT, Bertolt. **Antologia poética de Bertolt Brecht**. Rio de Janeiro: Elo, 1982, p.55.

conexão entre os construtos teóricos, o método utilizado na pesquisa e os resultados encontrados. Seu objetivo principal foi esclarecer o fenômeno a partir do ponto de vista do entrevistado (GUBA; LINCOLN, 1994), uma vez que este tipo de abordagem permite “identificar e obter indícios a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento” (LAKATOS; MARCONI, 1996, p. 79).

Para Creswell (2010), a pesquisa qualitativa é a mais apropriada quando se almeja estudar um tema em profundidade, buscando um meio de investigar e entender os sentidos que as pessoas conferem a uma problemática social ou humana. Godoy (2006) explica que na pesquisa qualitativa não se enumeram ou medem os fenômenos averiguados, em razão de se ponderar a relevância dos aspectos do contexto natural como meio de coleta de informações.

Dentre as possibilidades metodológicas possíveis na abordagem qualitativa, elenca-se a etnografia, método adotado nesta pesquisa, que se traduz na realização de um estudo descritivo sobre determinada comunidade. O trabalho de campo — de modo especial, a observação participante — constitui-se no processo e relato de cunho monográfico em seu produto final (BAZTÁN, 1995).

Segundo Angrosino (2008), a etnografia favorece um olhar de perto, baseando-se em experiências pessoais e em participação. Envolvendo várias formas de construção de dados — observação, entrevistas, documentos, vídeo, fotografia, diário de campo e outros registros — e três tipos de dados — citações, descrições e excertos de documentos. Tudo isso resulta no que se caracteriza como descrição narrativa.

Baztán (1995) procurou evidenciar os passos do processo etnográfico. O primeiro corresponde à marcação do campo; ou seja, define o objeto a ser investigado, o lugar e o tempo previsto para a coleta de dados. O segundo requer uma pesquisa sobre as fontes documentais disponíveis para a obtenção de elementos que elucidem aspectos próprios ao objeto a ser investigado. O terceiro exige que o pesquisador se insira no campo e realize

um registro minucioso, por meio de notas escritas em um diário de campo, sobre o que é observado no dia a dia em contato com a comunidade pesquisada.

Na etapa de permanência no campo, o pesquisador deve comparar sua cultura com a cultura investigada. Munido de uma gama considerável de informações sobre aquela cultura, deve deixar o campo para produzir sua narrativa. Durante sua estada no campo, deve ter a disciplina de redigir diariamente (daí o nome “diário de campo”) daquilo que ocorreu ao longo do tempo. Outrora, o diário de campo era manuscrito. Hoje, o meio eletrônico pode substituir o antigo caderno. Os recursos técnicos (máquinas fotográficas, filmadoras e gravadores) utilizados pelos etnógrafos em campo auxiliam no registro fiel das falas, dos rituais, de situações e de imagens. Porém, o detalhamento e as impressões pessoais do pesquisador continuam sendo prerrogativas essenciais para a realização de uma pesquisa precisa (SILVA, 2000).

De acordo com Clifford (1998), a vivência do etnógrafo em campo tem lhe assegurado a autoridade etnográfica na lógica de quem esteve lá e, portanto, pode falar com genuinidade sobre o objeto estudado. Esse domínio, muitas vezes, se expressa no modo como o pesquisador se refere ao campo, em afirmações do tipo “O meu povo atua dessa maneira” ou “A minha organização faz tal ritual”. Há uma possessividade, que pode ser traduzida como “a minha experiência”. No que se refere à interpretação, o etnógrafo sai do campo levando consigo textos e registros escritos, que deverão ser analisados em outro momento, longe da experiência vivida. A emoção estará registrada em palavras e poderá ser lembrada, mas não mais será sentida pelo pesquisador tal como ocorreu no momento da experiência.

4.2 Unidade de análise, unidade de observação e sujeitos de pesquisa

Collis e Hussey (2005) esclarecem que a unidade de análise envolve variáveis sobre as quais se coletam e analisam os dados. Refere-se ao fenômeno a ser estudado, assim como ao respectivo problema de pesquisa. Os autores complementam que tais variáveis podem ser organizações, trabalhadores, acontecimentos, métodos e indivíduos. Para eles, a unidade de análise é aquilo a que se refere ao fenômeno a ser estudado, assim como ao

respectivo problema de pesquisa. Portanto, é o tipo de caso a que se referem as variáveis ou os fenômenos em estudo, bem como o problema de pesquisa, sobre os quais são coletados e analisados os dados. Assim, a unidade de análise neste estudo são os turistas (TU), atores envolvidos com o turismo nas cidades do Caminho Velho da Estrada Real (AT) e os agentes públicos (AP), que são todas as entidades públicas locais com atribuições no planejamento, desenvolvimento e concretização das políticas de turismo na cidade. É importante ouvi-los, pois promovem o desenvolvimento da atividade turística por meio da coordenação e da integração das iniciativas públicas e privadas.

A unidade de observação se refere ao lugar onde são coletados os dados (CRESWELL, 2014). Compõem-se das dezenove cidades que integram o roteiro do Caminho Velho da Estrada Real: Ouro Preto, Congonhas, Entre Rios de Minas, Lagoa Dourada, Prados, Tiradentes, São João del-Rei, Carrancas, Cruzília, Baependi, Caxambu, São Lourenço, Pouso Alto, Itamonte, Itanhandu, Passa Quatro, Guaratinguetá, Cunha e Paraty

4.3 Construção dos dados

A construção¹⁰ dos dados foi idealizada por meio de quatro etapas: pesquisa documental, entrevistas e observação participante e não participante. Na primeira etapa, que teve como propósito identificar e caracterizar a extensão, conteúdo e o *modus operandi* do Caminho Velho da Estrada Real, foram levantadas informações acerca das cidades que compõem o Caminho. A construção das informações encontradas é de caráter documental e “compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim” (MOREIRA, 2005, p. 271). São considerados documentos, além dos acervos impressos, como referência para análise documental, informações contidas em registros de áudio, vídeo ou filme e *sites*, entre outros.

¹⁰ Por se tratar de uma pesquisa apoiada no método etnográfico, o termo *coleta de dados* parece inadequado. Os dados não estavam disponíveis à espera do pesquisador; ao contrário: a maneira de acessar a informação pode transformar um dado. Uma entrevista, por exemplo, trabalha com um agir artificial tanto da pessoa quanto do entrevistado, não sendo fiel ao cotidiano. A informação é construída, inclusive, pela presença do pesquisador.

Visando captar as percepções sobre o assunto de interesse, na segunda etapa da construção de dados foram realizadas entrevistas, que, segundo Triviños (2010), constituem um dos principais caminhos de se construir dados, pois há uma flexibilidade que valoriza o pesquisado e permite liberdade e espontaneidade para opinar e criticar, tornando a pesquisa mais rica e valorizada. Para o autor, a entrevista semiestruturada é aquela que parte de certos questionamentos, apoiados em teorias que interessam à pesquisa, além de oferecer amplo aspecto de interrogativas e dúvidas que surgem à medida que as respostas dos sujeitos são compiladas.

Os contatos em relação aos sujeitos participantes foram estabelecidos por intencionalidade. Ou seja, foram selecionados turistas (TU), atores envolvidos com o turismo (AT) e agentes públicos nas cidades que compõem o Caminho Velho da Estrada Real (AP), considerados representativos, isto é, que possuísem informações capazes de contribuir para os objetivos desta pesquisa. O critério de seleção das cidades que compõem o Caminho Velho da Estrada Real baseou-se na viabilidade de acesso do pesquisador as cidades.

Entre os dias 2 e 24 de janeiro de 2019, foram realizadas 235 entrevistas com os sujeitos de pesquisa nas dezenove cidades selecionadas para este estudo que compõem o Caminho Velho da Estrada Real. Todas foram gravadas, para não perder nenhum conteúdo importante, sendo posteriormente transcritas. Um roteiro foi previamente estabelecido, para que aspectos importantes inerentes ao contexto do objeto de pesquisa fossem contemplados nas observações e argumentações do pesquisador perante os sujeitos de pesquisa. Destaca-se que esse roteiro serviu apenas para orientação inicial, sendo o campo o responsável pelo direcionamento dos contatos estabelecidos, a partir do ambiente no qual os atores estavam envolvidos. Para consulta, o roteiro está disponível no Apêndice A.

Durante a pesquisa de campo, o pesquisador não se preocupou com a saturação dos dados ou qualquer outro limitador da quantidade de contatos realizados. Contrariamente, optou-se por explorar todos os aspectos possíveis do ambiente e dos atores nele envolvidos.

Considerando-se o número expressivo de contatos realizados durante a pesquisa de campo 235 (duzentas e trinta e cinco), foi necessário selecionar os elementos que mais poderiam contribuir para os interesses da pesquisa. Para facilitar essa seleção e para que todas as cidades fossem contempladas, uma vez que se considera importante neste estudo, inclusive, a baixa expectativa dos turistas em relação a determinadas localidades, optou-se por “convidar” a participar da análise um turista de cada cidade. Em alguns casos, especificamente em cidades de maior porte, que recebem maior número de turistas, foram incluídos agentes públicos e atores envolvidos com o turismo local. Em Ouro Preto e Paraty um agente público por cidade e nas cidades de Tiradentes e São João del-Rei um ator envolvido com o turismo local por cidade.

Foram coletados dados de natureza demográfica tais como: gênero, faixa etária, escolaridade, profissão e residência. Também foram coletados dados sobre questões relacionadas ao projeto Estrada Real, à promoção do turismo local, à imagem e as atrações da cidade visitada, de forma a atender aos objetivos do estudo.

A terceira etapa da construção dos dados se refere ao diário de campo. Ver, ouvir e escrever são requisitos integrantes da prática etnográfica e não se limitam a ações simples. Nos termos de Oliveira (2002), o resultado de um trabalho de campo se mede pela forma como o próprio pesquisador vai refletir sobre si mesmo na experiência do campo. Após cada passo no trabalho, o pesquisador precisa proceder à escrita de seu diário de campo. O diário íntimo do pesquisador traz ricas bibliografias sobre os medos, os receios, os preconceitos, as dúvidas e as perturbações que os moveram no interior de uma cultura como forma de compreender a sociedade por ele investigada.

Trata-se de anotações diárias do que se vê na geografia e do que se ouve das pessoas com quem o pesquisador compartilha esse tempo de sua vida. O diário de campo, entretanto, não serve apenas como um instrumento de “passar a limpo” todas as situações, fatos e acontecimentos vividos durante o tempo transcorrido. Ele é o espaço fundamental para o pesquisador arranjar o encadeamento de suas ações futuras em campo, desde uma avaliação das incorreções e imperfeições ocorridas em seu dia de trabalho de campo até

dúvidas conceituais e de procedimento ético. Enfim, um espaço para avaliar sua própria conduta em campo, seus deslizes e acertos com as pessoas e/ou grupos pesquisados, numa constante vigilância epistemológica (OLIVEIRA, 2002).

4.4 Técnica de análise dos dados qualitativos

Para a análise e o tratamento dos dados extraídos das entrevistas, notas do diário de campo e a parte documental, optou-se pela Análise de Conteúdo, cujo objetivo é analisar as comunicações, para, posteriormente, interpretá-las (BARDIN, 2011). Bardin (2011, p. 38) define assim a análise de conteúdo:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Na perspectiva de Bardin (2011), a análise de conteúdo compreende três etapas: pré-análise, que trata da seleção do material e definição dos procedimentos a serem seguidos; exploração do material, que envolve a implementação desses procedimentos; e tratamento e interpretação dos dados, que traduz geração de mediação e dos resultados da examinados. As três etapas mencionadas colaboraram no tratamento dos dados colhidos durante as entrevistas e das notas do diário de campo.

Além disso, recorreu-se ao procedimento de categorização dos elementos evidenciados nos depoimentos colhidos, que se estruturaram nas seguintes categorias de análise, detalhadamente explicadas na apresentação dos resultados da pesquisa: conhecimento acerca da Estrada Real; governo e (des)governo no percurso da Estrada Real; planejamento de um percurso de viagem; e imagem e cultura: a cidade na percepção dos entrevistados.

4.5 Síntese da metodologia

O Quadro 4 apresenta a síntese da metodologia.

Quadro 4 - Síntese metodológica da pesquisa

Elementos da metodologia	Descrição	Autores
Tipo de pesquisa	Descritiva	Gil (2010)
Abordagem	Qualitativa	Guba, Lincoln (1984); Lakatos, Marconi (1996); Godoy (2006); Creswell (2010)
Método	Etnografia	Baztán (1995); Clifford (1998); Silva (2000); Angrosino (2008)
Unidade de análise	Turistas, atores envolvidos com o turismo nas cidades e agentes públicos	Collis, Hussey (2005)
Unidade de observação	Cidades selecionadas que compõem o Caminho Velho da Estrada Real	Creswell (2014)
Sujeitos da pesquisa	Turistas, atores envolvidos com o turismo nas cidades e agentes públicos	Flick (2009)
Construção dos dados	Documentos, entrevistas e relatos de campo	Moreira (2005); Triviños (2010); Oliveira (2002)
Análise de dados	Análise de conteúdo	Bardin (2011)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Após retratar os aspectos e trajetórias metodológicas do estudo, o capítulo a seguir tem por finalidade adentrar no campo de pesquisa e analisar os resultados obtidos por meio da construção e tratamento das informações.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

Já disseram que “se alguém faz uma viagem, tem o que contar.”

Este capítulo destina-se à apresentação e análise dos resultados da pesquisa, a partir das percepções do pesquisador sobre o campo e a análise das falas dos entrevistados.

5.1 Adentrando no campo de pesquisa

Prossiga por esta estrada, esqueça o tempo presente.
Vá ver no fim da jornada, a terra de antigamente...
Gil Possa¹¹

A decisão de realizar a pesquisa de campo foi motivada pelo entendimento de que esta é uma forma de investigação rica e insuperável, pois permite ao pesquisador observar *in-loco*, experienciar e sentir os acontecimentos e os fenômenos da vida em sociedade, ao mesmo tempo em que o leva a testar nossos instrumentos de pesquisa e questionar nossas hipóteses. É, portanto, um processo repleto de descobertas, superação de desafios, reavaliação de certezas e reconstrução.

Uma boa pesquisa de campo passa, obrigatoriamente, por um preparo erudito prévio, um planejamento precavido, uma cuidadosa construção dos instrumentos de pesquisa e aprofundamento do tema estudado. Tão importante quanto a atenção a esses quesitos mais técnicos e academicistas é o desenvolvimento de habilidades mais sensíveis, e por isso, muitas vezes, negligenciadas em detrimento daquelas mais reconhecidamente técnicas. Penso que enxergar as expressões, registrar as informações que os lugares e os objetos fornecem, identificar conteúdo naquilo que não foi verbalizado e compreender os sentimentos que se manifestam a partir de cada experiência são exercícios que encarei como desafio e obrigação para esclarecer em profundidade o que os registros contariam, para encontrar sentidos em falas e fatos.

¹¹ Ex-prefeito e poeta do município de Prados/MG.

Entendida nesses termos, a etnografia ultrapassa a tarefa de descrever os fatos vistos em uma pesquisa de campo e de registrar as falas dos nativos ou dos sujeitos investigados. Ganham significado na disposição do pesquisador o desenraizamento, a coragem de jogar-se ao desconhecido e de abrir-se ao inimaginável e, ainda a capacidade de dialogar com pessoas mesmo sem entendê-las, levando-as a sério e buscando os sentidos por trás de suas ideias. Trata-se, enfim, de desvendar, registrar e colocar ordem no material, para, depois, torná-lo inteligível e harmônico.

A pesquisa de campo orientou-se com base em uma ideia inicial e em todo o acúmulo adquirido até esse momento, mas não se tratou de uma etapa passiva nem de mera coleta de dados para sustentar as hipóteses e os paradigmas da dissertação. Ao contrário, consistiu em um processo dinâmico/enérgico, que corroborou os argumentos pré-construídos, mas também reconduziu o pensamento, ampliou o entendimento e reafirmou o interesse no objeto de estudo. Iniciou-se na mente do autor, desafiou suas certezas e lhe apresentou novidades.

O preparo da pesquisa de campo envolveu também a disposição do autor de ser surpreendido pelo impensado, para enxergar as informações sutis que a paisagem e as pessoas simples e de fala mansa guardavam consigo, para compreender as informações não reveladas e para lembrar-se de usar todos os seus sentidos e para apreender a experiência vivenciada. Assim, para compartilhar parte da riqueza de informações obtidas com a pesquisa de campo, ajudando a fundamentar as escolhas e leituras feitas nessa dissertação, descreve-se, a seguir, parte das experiências vivenciadas, tomando a liberdade de narrar na primeira pessoa, para conferir maior autenticidade ao texto.

Antes de iniciar o relato sobre o campo, convém fazer alguns comentários sobre o preparo da viagem, que foi, em si, uma etapa especial e diferente da maioria. Não que tenha sido mais trabalhosa, ainda que se esteja falando de um percurso que atravessa várias cidades de três estados. Sua diferença residiu na capacidade de me transportar para outro período histórico e de conduzir a um inevitável encontro do passado com o presente, do arcaico com

o contemporâneo, da suntuosidade com a simplicidade. Em suma, um encontro com o barroco e com as múltiplas facetas da mineiridade.

O primeiro passo consistiu em buscar informações sobre o percurso, curiosidades sobre as cidades, indicação de lugares e pessoas indispensáveis para visitar, um pouco mais das histórias e notícias sobre vivências possíveis e impactantes. Comecei pelo *site* do Instituto Estrada Real, entidade responsável por organizar e gerenciar o turismo na Estrada Real e suas variantes. O *site* é uma atração à parte. Nele são disponibilizadas informações sobre os mais variados assuntos, para ajudar o viajante a escolher seu percurso, planejar sua viagem e vivenciar experiências de seu interesse. São informações sobre: ocorrência de chuva e tipo de mobilidade indicado (caminhada, ciclismo, motorizado) para cada mês do ano, roteiro planilhado para dar opção ao viajante de fragmentar o trecho escolhido e sugestão de hospedagens, gastronomia, passeios e locais para visitar, de acordo com o tipo de turismo que mais interessa ao viajante (gastronômico, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo).

Após, cuidadosamente, descortinar as informações do *site*, decidi realizar a viagem em janeiro, mesmo sabendo que nessa época a alta temperatura e as chuvas torrenciais frequentes poderiam tornar minha viagem mais desafiadora. Saindo de Belo Horizonte em direção a Paraty, no Rio de Janeiro, a altimetria estaria a meu favor. Uma vez decidido o período e o percurso, peguei algumas dicas para aproveitar melhor a viagem e li relatos de outros viajantes. Afinal, nada melhor do que entender com a experiência de outros os desafios e as oportunidades do roteiro escolhido.

Imerso em uma atmosfera bucólica, que convida a estrada mais antiga do País, dei início à viagem no terceiro dia de janeiro de 2019. Naquela quinta-feira, às sete horas da manhã, embarquei nessa “jornada da alma”, partindo do terminal rodoviário de Belo Horizonte. Eu, que sou muito mais de palavras que números, que troco qualquer equação por poesia, não fiquei indiferente naquele momento tão meu. Da janela do ônibus, despedi-me da Capital, que é vista como o espaço de síntese dos mineiros e, ao mesmo tempo, como o lugar do futuro.

Em direção ao meu primeiro destino, Ouro Preto, identificada com o passado minerador e com o nascimento desse espírito mineiro pela Inconfidência, o lugar dos antepassados e da memória. O caminho sinuoso, percorrido em meio à serra do Espinhaço, já revelava uma paisagem singular, com a capacidade de surpreender a todo desvendar das curvas da serra e exuberância de sua mata. Gradativamente, sentia-me regressando ao passado, voltando os séculos até chegar na recém-fundada Vila Rica, atual Ouro Preto. Fiquei à espera, ansioso, de avistar alguns dos bens materiais e imateriais que tomam conta daquela região, tornando-a tão especial.

Ao chegar em Ouro Preto, em uma via mais elevada do que boa parte da cidade, e enxergá-la de cima, senti o mesmo deslumbramento da primeira vez em que estive na cidade. Encravada em um vale de montanhas, ela está relacionada ao meu espaço afetivo. Ali, diante da presença da herança barroca e da arquitetura colonial, um clima onírico dominava aquele momento. Sabe aquela riqueza da simplicidade do interior? Em Ouro Preto, ela toma forma com o ambiente. Os casarios coloniais, as ruas de pedra, as igrejas suntuosas, os museus, a arte barroca, as ladeiras, sua vegetação e o pico do Itacolomi compõem um cenário esplêndido. A luz do amanhecer refletindo na paisagem fazia com que tudo ficasse com uma cor dourada, como ouro, imprimindo uma atmosfera de riqueza, que me fazia sentir mais próximo dos tempos idos da mineração.

Ao caminhar pelas ladeiras da cidade, via as marcas do período colonial em toda parte e não parava de pensar na enorme riqueza despendida para erguer esta cidade e, também, no dramático trabalho escravo. Sentia a presença eternizada de Aleijadinho, filho desta cidade, nas grandes obras barrocas com as quais a presenteou, participando da construção de uma das arquiteturas mais importantes do País. Não à toa, Ouro Preto recebeu os títulos de “Patrimônio Nacional” e “Patrimônio Cultural da Humanidade”.

Mesmo os não adeptos do turismo religioso não podiam deixar de admirar as igrejas de Ouro Preto. A igreja de São Francisco de Assis, uma das mais importantes da cidade e, para mim, a mais especial, tem uma pintura do mestre Ataíde, datada do final do século XVIII, sendo uma das obras mais afamadas deste renomado pintor. Nessa pintura, vê-se a

imagem da Virgem Maria, com leves traços negros, rodeada por anjos, também miscigenados, sentada em nuvens, no céu, e sob raios de luz que inspiram paz e conforto.

As atrações se estendem para além do sagrado e das obras arquitetônicas e artísticas, que, por sua significância, já são suficientes para destacar Ouro Preto como uma das principais cidades do País, que oferece uma gastronomia tipicamente mineira, a qual, além de deliciosa remete o visitante ao lar, ao aconchego e a um tipo de afeto que se manifesta no cuidado com o preparo. Enfim, uma comida presente na memória afetiva de todos. Passei o dia coletando dados para a pesquisa. Eu me convocava a refletir durante todo o tempo, proporcionando a desarticulação e o afastamento do já conhecido por mim. Assim, um processo de formação da minha própria consciência. Acredito que todos nós (críticos) em muitos momentos da vida nos sentimos literalmente no linear entre a tentativa de uniformizar o nosso olhar e a procura do “libertar” e partir para a perspectiva experimental. O diálogo com turistas, guias, comerciantes e agentes envolvidos com o turismo possibilitou-me perceber o quão privilegiado eu era. Longe de ser presunçoso, percebia o privilégio ideológico, o privilégio de ter fé. E esse privilégio me permitia dividir ali, naquela geografia e com aquelas pessoas, alguns dos momentos que me fizeram mais feliz.

À noite, quando caminhava pelas ladeiras da cidade, a áurea juvenil que dominava o ambiente me trazia de volta ao século XXI. Era possível ouvir as risadas, as conversas e as músicas em diversos lugares. Definitivamente, as repúblicas estudantis completavam as ofertas de diversão. Ouro Preto também tem esta identidade. Nesse momento, percebi o modo de vida desses estudantes e sua relação com a cidade patrimônio cultural. Conversei com uma estudante da UFOP, a qual me relatou sobre a representatividade das repúblicas na cidade. Contou que entre os moradores das repúblicas existe uma relação de cumplicidade e companheirismo, que a amizade é fundamental entre todos da república. Dessa forma, o respeito e a autenticidade por eles vividos são muito parecidos com a administração de um governo, onde há deveres, direitos e regras que devem ser respeitados. O vínculo que existe entre os antigos e os atuais republicanos é tão forte que no dia 12 de outubro é realizada uma homenagem aos ex-republicanos, a festa "Dos 12",

onde ex-moradores das repúblicas retornam ao passado e revivem os seus tempos de universitários.

A suntuosidade da cidade contrasta com o jeito doce e simples de seu povo, que nos recebia como um amigo de longa data, oferecia uma boa história para levarmos e um carinho, em forma de doce, de quitandas, de um souvenir de pedra sabão que resgatava memórias da cidade e de um “cafezim”.

Saindo da cidade e adentrando a trilha do Caminho Velho, no sentido dos distritos de São Bartolomeu e Glaura, aventurei-me pela trilha de quase quinze quilômetros, para conhecer o marco 595, onde há um chafariz datado de 1792. Penetrar nessa trilha rústica e encontrar esse chafariz em bom estado de conservação me levaram a sentir, e não somente conhecer, a história. Mais adiante, a vegetação torna-se mais densa, aumentando a atmosfera de aventura do percurso. Ao chegar no aconchegante e bucólico distrito de São Bartolomeu, percorri suas ruas de pedras, admirando suas lindas casas coloniais, até chegar a uma simpática casa, onde pude provar o famoso doce de goiaba da região.

Após comer o doce, visitei o interior da Igreja Matriz de São Bartolomeu e “proseei um cadim”. Continuei a viagem em direção ao distrito de Glaura, que possui uma boa infraestrutura turística, contando com um alto padrão de pousadas. O distrito, que foi refúgio para os grandes senhores da época, manteve certa sofisticação e prosperidade.

Ouro Preto se apresenta como uma das mais importantes cidades do circuito da Estrada Real, seja pela possibilidade de seguir para os caminhos que compõem o circuito, seja pela variedade de atrações que oferece aos viajantes em busca dos mais diversos tipos de turismo: religioso, cultural, arquitetônico, gastronômico, de aventura ou ecoturismo. Mas não me furtei em pensar que a promoção desse patrimônio de geração a geração está seriamente ameaçada, entre outros fatores, pela globalização, crescimento das cidades, consequências do turismo de massa inconsequente ou período marcado por intensas mudanças decorrentes do rápido progresso tecnológico.

Após dois dias na cidade, com o meu passaporte da Estrada Real estampando o primeiro carimbo, deixei o *hostel* em que estava hospedado com a sensação de que Ouro Preto não é uma cidade comum. Ela tem vida própria e, por si mesma, conta sua história há mais de trezentos anos. Cheio de coragem e me desenraizando cada vez mais para entender o sentido do campo, seguia viagem em direção ao meu próximo destino: Congonhas. Percorri uma trilha, ora de asfalto, ora de terra e fui vendo a paisagem se modificar enquanto passava por povoados muito convidativos e curiosos. No primeiro, Cachoeira do Campo, fui surpreendido com o comércio de artesanatos em pedra sabão. As panelas, os vasos e os objetos, os mais variados, tomavam conta das ruas, despertando o interesse dos viajantes pela criatividade, beleza e abundância dos artesanatos. Lá, dediquei algumas horas conversando com uma artesã idosa, que me contou ter aprendido o ofício com seus avós. Hoje, em sua família, mesmo aqueles que trabalham em outros ramos dominam o ofício do artesanato em pedra sabão. Com orgulho, contou que suas panelas são comercializadas em quase todo o País.

Pouco mais adiante, em Santo Antônio do Leite, fiz nova parada, para admirar o povoado. Conheci a feira de joias em prata. Não demorou, fui invadido por uma profusão de aromas, que me levaram a entrar em uma casa onde se comercializa o famoso pastel de angu, com seus recheios originais, cuja história remonta ao período colonial. Ali, não era possível parar sem experimentar um desses pastéis. Se o aroma não convencer o visitante, os comerciantes, com simpatia e hospitalidade, os convencem a provar um licor (até eu, que sou abstêmio) e, inevitavelmente, o pastel onde “só ali eu comeria um igual”. Com um sorriso no rosto e uma calma voz musicada, contam como os recheios atípicos foram criados, mas tão harmônicos para o salgado.

Segui viagem por um caminho de mata atlântica fechada, o que me fez sentir um desbravador da região, semelhante aos bandeirantes no século XVII. A paisagem mudou alguns quilômetros à frente e a mata atlântica cedeu lugar ao cerrado e a uma paisagem montanhosa. De tempos em tempos, avistava ciclistas solitários, em par ou pequenos grupos, que me fizeram crer se tratarem de viajantes desvendando o Caminho Velho da Estrada Real.

Em Congonhas, onde permaneci por um dia, logo notei que a cidade tinha sido revitalizada, com suas ruas e praças muito mais cuidadas e amistosas. Já não tem mais uma aparência “degradante” e, até, um pouco assustadora das lembranças que tinha de minha última viagem por ali. Fiquei igualmente surpreso, e feliz, ao notar que as pessoas também se mostravam mais “revitalizadas”, revigoradas e empoderadas. Imaginei que a nova aparência da cidade contribuiu para elevar sua autoestima de sua população.

O Museu de Congonhas era a nova atração. Contava, em detalhes, a história da cidade, do Santuário do Bom Jesus de Matosinho e de seus doze profetas, constituindo-se em seu ponto auge. As obras esculpidas em pedra sabão pelas mãos de Aleijadinho me impressionaram pelo magistral ofício deste artista, levando-me a refletir sobre como um homem de aparência e saúde tão frágeis pôde realizar obras tão gigantescas em termos artísticos e por sua importância histórica. Esse pensamento me lembrou onde eu estava e como a própria relação (da obra) do Caminho Velho com seu povo também apresentava essa relação complementar, e não dicotômica, entre o suntuoso e o simples, entre o nacional e o local.

Partindo para meu novo destino, Entre Rios de Minas, avistei a bela serra do Gambá e, depois, o povoado de São Brás do Suaçuí, onde constatei algumas construções do século XVIII, até chegar a Entre Rios de Minas, onde permaneci por um dia. Surpreendi-me com o tamanho da cidade, que tinha imaginado ser bem menor. Logo na chegada, há uma estátua de um cavaleiro montado em um cavalo da raça Campolina, que apresenta a cidade como berço desta raça. Avistei algumas belas construções coloniais, do estilo neogótico e do neoclássico.

Embora não fosse tão pequena, a cidade tinha uma dinâmica calma, típica de uma cidade interiorana, com homens idosos jogando baralho na praça, pessoas se cumprimentando na rua, ciclistas dividindo as ruas com motos e carros. Todos andam despreocupados. Durante uma conversa, confirmei minha suspeita de que poucos turistas a frequentam. Contaram-me que a cidade é mais procurada por amantes de cavalos, que aproveitam para fazer passeios, aventureiros e amantes da natureza, atraídos pela “Cachoeira do Gordo”, pelo

“Monumento Natural da Serra do Gambá” e pela “Casa de Pedra do Gambá”, um sítio arqueológico remanescente da expedição bandeirante de Fernão Dias, no início do século XVII. Minha jovem guia me contou, com sua voz doce, sotaque forte e frases curtas, a história da passagem por essas terras do “Caçador de esmeraldas”, como era conhecido Fernão Dias.

Seguindo para o próximo destino, o município de Lagoa Dourada, fui por um percurso que acompanha as belas paisagens da serra de Camapuã, entre subidas e descidas, até chegar à cidade cujo nome remete à descoberta de ouro em suas terras, também conhecida como a “Capital nacional do rocambolé”. Não pude deixar de provar esse produto da culinária local. Os mineiros desta cidade fazem questão que seus visitantes saboreiem a adaptação local da receita libanesa. Eram tantas as receitas de rocambolé e tamanho é o sucesso dessa deliciosa culinária local que o município passou a organizar a “Festa do Rocambolé” todo mês de setembro. O turismo gastronômico é, sem dúvida, um de suas fortes atrações.

No final da tarde, encontrei duas senhoras papeando na calçada da pousada onde estava hospedado. Percebendo que estavam a passeio, aproveitei para conversar sobre a motivação de suas visitas. Responderam ao meu cumprimento com uma charmosa timidez, cordialidade e simpatia, típicas do mineiro. Viraram-se para mim e, então, percebi que ambas vestiam uma blusa com a estampa de Nossa Senhora da Piedade. Apresentei-me e começamos a conversar sobre os atrativos da cidade. Elas me contaram como o rocambolé é apreciado, que têm muitas encomendas dele e me explicaram, com muita sabedoria, a história do Caminho Velho da Estrada Real e que Lagoa Dourada estava dentro da rota, apesar de seu maior atrativo ainda ser o rocambolé. Elas, contudo, estavam na cidade por outro motivo. As duas amigas, católicas devotas, vieram agradecer a Nossa Senhora da Piedade por preces atendidas. Com um sorriso no rosto, as duas amigas me explicaram que, aproveitando o fato de a cidade integrar o Caminho Religioso da Estrada Real, “paramos para comer um rocambolé e levar para a família, né, meu filho?!” Depois de nos despedirmos, fiquei a pensar sobre o encontro dessas duas manifestações tão características da mineiridade: a gastronomia e a religiosidade. Duas formas de devoção,

duas paixões, dois traços marcantes de Minas Gerais, um estado plural e com poucas chances de nos oferecer apenas um de seus encantos.

Do meu quarto, ouvia os sinos da igreja e refletia sobre a importância do sagrado e da gastronomia na vida mineira. Recordei-me de uma passagem de um poema de Adélia Prado (2015, p. 119) no qual a poetiza atribui a Deus e ao alimento (maná) as condições para tornar a vida boa:

Vale a pena esperar, contra toda a esperança,
o cumprimento da Promessa que Deus fez a nossos pais no deserto.
Até lá, o sol-com-chuva, o arco-íris, o esforço de amor,
o maná em pequeninas rodela, tornam a vida boa.
A vida rui? A vida rola não cai. A vida é boa.

Ao romper do dia, segui viagem para Prados, uma das mais encantadoras cidades que já conheci. Repleta de igrejas e casarios coloniais de cores marcantes e bem conservados, parecia uma pintura, tamanha é a beleza de algumas ruas e casas. Como disse brincando um dos entrevistados: “As igrejas “é” [sic] bonita demais da conta. Dá até vontade de casar de novo”.

Um dos locais mais atraentes é a “Casa Torta”, localizada no distrito de Vitoriano Veloso, mais conhecido como “Bichinho”. A casa torta é um espaço divertido e lúdico, que convida o público para o livre brincar. Ao chegar, fui recepcionado por um dos gestores da casa, que consegue se destacar pela hospitalidade, mesmo entre os mineiros, que, sabemos, são naturalmente bons anfitriões. A casa torta guarda beleza e nos desperta curiosidade em cada detalhe. Colorida e divertida, resgata nossa memória afetiva de tempos de criança. Ali, é possível escolher um jogo, brincar e se divertir. Ao sair, fui presenteado com um bilhete com uma frase afetuosa de agradecimento pela minha presença. Impossível deixar o local sem sentir mais alegria e amor do que quando entramos.

Prados é reconhecida como um importante centro da música setecentista. Importante destacar o “Festival de Música de Prados”. A expressão artística do município é manifestada, também, por meio das artes plásticas e do artesanato. Em Bichinho, meu olhar

se perdia entre as casas e os *ateliers* que comercializam objetos de arte e artesanato. Notei que não havia limites para a criatividade. Cada artesão/artista imprimia sua marca. Nada era comum. Ao contrário, todas as peças eram autênticas. Parecia terem sido feitas sob a influência do cenário cultural inspirador no qual vivem e da natureza fascinante que os cercam. Prados, definitivamente, emana arte.

No dia seguinte, parti para meu próximo destino, Tiradentes. Percorri uma paisagem que tinha como cenário a serra de São José. A chegada se deu pelas ruas de pedra da cidade, em sua porção histórica e muito bem preservada. De tão bela e impecável que a cidade é, sentia-me dentro de um cartão postal ou de um cenário cinematográfico. Lá, tudo é colorido, alegre e charmoso, incluindo as pessoas, que, harmonicamente, compõem essa paisagem. Nesse exercício da observação direta dos comportamentos culturais, a natureza terminava de moldar a paisagem.

À semelhança das demais cidades percorridas até aqui, Tiradentes emanava cultura e arte. Ao visitar um ateliê na Rua Direita, fui recepcionado por uma senhora, que me apresentou sua arte, enquanto me perguntava o que fazia na cidade. Achei curioso o fato de em momento algum me perguntar o que estava achando das peças expostas. Entendi que meu semblante devia expressar meu contentamento, tornando desnecessária a pergunta. Aliás, se existem cidades em que é impossível não agradar aos visitantes, Tiradentes é uma delas. Entre um assunto e outro, ela me contou que a cidade estava se preparando para realizar a Mostra de Cinema, evento realizado todos anos nas praças. Fiquei imaginando a cena: assistir a um bom filme nessa cidade cinematográfica e palco de episódios históricos dos mais importantes do nosso País... A experiência seria única!

A igreja de Santo Antônio, construída no século XVIII, com uma das maiores quantidades de ouro utilizados na ornamentação de uma igreja no Brasil, é uma demonstração da quantidade deste minério que circulou por essas terras. Na hora do almoço, perdi-me em meio a tantas opções atraentes e me lembrei de que a culinária é um dos atrativos da cidade. Misturando tradição com inovação e, por vezes, sofisticação, Tiradentes promete uma experiência gastronômica inesquecível aos viajantes. Escolhi um restaurante

aconchegante, com leve toque de sofisticação, e logo fui cumprimentado pelo *chef* da casa, que me contou a história de seu restaurante e como reelaborou algumas receitas tradicionais da culinária mineira.

Após terminar minha (divina) refeição, agradei ao *chef* e elogiei o prato, quando me respondeu: “Aqui, não vendemos só comida. Nós vendemos lembranças, experiência e amor”. A gente fica acostumado a agir e reagir, falar e responder quase que instantaneamente. Aí, de repente, algo me tirou da trivialidade e me trouxe um sorriso leve e inesperado. Assim, saí do restaurante acompanhado pelas palavras do *chef* e me recordei do que diz Carneiro (2003, p. 1-2) sobre o ato de se alimentar: “A fome biológica distingue-se dos apetites, expressões dos variáveis desejos humanos e cuja satisfação não obedece apenas ao curto trajeto que vai do prato à boca [...] O que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come e com quem se come”.

Ao final do dia, percebi que os eventos observados durante a viagem vinham se acumulando para, posteriormente, serem compartilhados de uma forma que me assustava. Afinal, a minha própria experiência e as notas do meu diário etnográfico estariam ao alcance de quem desejasse ler. Nessa caminhada, tudo ganhou corpo: fotos, vídeos, saberes, práticas, discursos, posições dos entrevistados, carimbos estampados no Passaporte Real e, principalmente memórias.

Esse diário de campo, que reflete tudo isso, é em verdade, o resultado da disciplina etnográfica, em que escrevo as relações construídas ao longo do caminho. Sentado em um banco na praça, acompanhado dessa escrita, eu interrompia bruscamente cada palavra, sendo conduzido para uma posição em que pudesse refletir sobre meu próprio modo de pensar, a partir das minhas próprias experiências como pessoa. Esse mergulho profundo e longo na vida cotidiana desses “outros” e por essas geografias, que tanto quero apreender e compreender, busquei preservar em meu olhar: as formas de ver e sentir esses lugares percorridos, algo de força indomada da condição humana, que está sempre (re)descobrendo, descortinando e vendo por novos ângulos. E, por esse olhar, eu me despedia da histórica Tiradentes.

No dia seguinte, acompanhando a serra de São José, segui viagem de maria-fumaça, para São João del-Rei. Foi um momento ímpar da viagem! A maria-fumaça em questão é a mais antiga em operação no Brasil. O trajeto de doze quilômetros pela Estrada de Ferro Oeste de Minas (EFOM), inaugurada em 198,1 é repleto da história do País. Após o movimento da rotuna (giro da locomotiva), para alterar o sentido da viagem, cheguei ao complexo ferroviário de São João del-Rei, onde está localizado o Museu Ferroviário, tombado pelo patrimônio histórico, em 3 de agosto de 1989. Ao chegar à cidade, imediatamente, embarquei em mais uma viagem, desta vez pelo Museu, que retrata desde a origem ao crescimento das ferrovias no Brasil.

A cidade, de médio porte, funciona com uma dinâmica mais acelerada que as anteriores, mas sem perder a cordialidade e a serenidade tipicamente mineiras. Aqui, o barroco colonial do século XVIII se alternava com o eclético do século XIX e as construções mais modernas. A arte barroca e o rococó são dois dos principais atrativos dessa cidade, cujo turismo cultural é o maior destaque. Sua gente parece ter bastante clareza quanto à riqueza cultural e histórica de sua cidade, divulgando e valorizando seu patrimônio em toda oportunidade, durante as conversas.

Segui viagem rumo a Carrancas, estimulado por um sentimento de curiosidade movido pelo “o quê” o nome desse município me sugeria. Fui acompanhado por uma paisagem montanhosa, cuja presença de algumas plantações fez revelar em detalhes suas curvas. A vegetação é muito curiosa, porque nesse ponto da viagem atravessamos trechos de mata atlântica e do cerrado. Eu, como geógrafo de formação e de alma, peguei-me a pensar sobre o quão extraordinário é conhecer o encontro de dois biomas imponentes como estes e, novamente, na diversidade e complexidade de cenários de formas de existir, de interagir, de atrair a atenção e de ser Minas Gerais.

Não demora, cheguei à cidade. Depois de me instalar em uma simples, familiar e muito acolhedora pousada, fui caminhar por suas ruas. As igrejas deste município eram um atrativo à parte, sugerindo um potencial para o turismo religioso. Uma das belíssimas igrejas, e patrimônio histórico-cultural da cidade, a Matriz (Nossa Senhora da Conceição),

fora construída toda em quartzito, com rochas de até uma tonelada. A sua frente, um pequeno muro de pedras empilhadas na horizontal completa a paisagem pitoresca, fascinando os visitantes. Seu interior é igualmente belo. No teto do altar, uma pintura feita por Joaquim José da Natividade, discípulo de Aleijadinho, desperta a atenção. As pinturas em ouro no altar imprimem um tom armorial ao interior simples. Para completar, podem-se observar placas que informam que ali, sob o assoalho, foram enterrados alguns dos primeiros e, provavelmente, ilustres moradores da atual Carrancas.

Deixei a igreja rumo a uma lanchonete, a pretexto de comer algo, mas meu interesse, além das entrevistas na cidade, era explorar a origem do nome do município. Ao final da minha investida, tive a mesma história contada por três moradores diferentes: as escavações feitas no período do ouro aparentavam, para quem as via ao longe, como rostos feios. Daí, Carrancas. Mas, observando a natureza local e os símbolos religiosos e culturais que dão identidade à cidade, fiquei pensando se a origem de seu nome poderia ter relação com outros motivos. Explico: a cidade é presenteada pela presença de diversas cachoeiras, fato que a faz conhecida como “Terra das Cachoeiras”. Logo, o potencial para o ecoturismo. A padroeira da cidade, Nossa Senhora da Conceição, é comumente associada a pureza e, também nas religiões de matriz africana, aquela que reina nas águas doces (Oxum), a dona dos rios, a senhora da beleza e da riqueza, sempre vestida com roupas e assessórios dourados, que representam o ouro, a sua riqueza. A própria carranca, objeto utilizado nas navegações para afugentar “maus olhares”, “maus espíritos” e “má sorte”, trazia em evidência a presença do rio na constituição da identidade local. O ouro e o rio, lembremos, estão intimamente associados. O Ouro, o rio e a formação de uma sociedade mantêm conexão entre si, tal como se percebe na história do município de Carrancas.

Seguia pensando nessa relação e me aventurei a conhecer, a poucos quilômetros do centro da cidade, o Complexo da Fumaça, onde foi possível visitar uma série de cachoeiras, das mais variadas formas e atratividades, para desfrutar. Ao chegar, logo entendi o valor dessa cidade para os aventureiros e amantes da natureza. Seguindo o som das águas, fui por trilhas que revelam, a todo instante, uma nova e surpreendente paisagem. Não faltam opções (no plural) para todos os gostos, desde os mais tranquilos viajantes, que buscam

apenas descanso e ar fresco, aos mais aventureiros, que procuram diversão e esportes em meio à natureza. Por todo o caminho, via pessoas das mais variadas idades e estilos se divertindo na natureza de Carrancas. O som das águas, misturado às risadas e aos sotaques cadenciados e suaves, compunham uma verdadeira melodia, que nos convidava a ficar e aproveitar.

À noite, na pousada, conversando com um viajante, soube da existência de desenhos rupestres na cidade. Ao final de seu relato sobre os passeios que tinha feito e sobre o que tinha visto, este viajante me disse algo que, no meu interior, elevou esse município a outra categoria, porque suas riquezas históricas visíveis eram ainda mais diversas e profundas. Ele disse: “Esse lugar mexe com nosso imaginário. Aqui, vivenciamos o tempo presente, conhecemos a história e chegamos na pré-história”.

No dia seguinte, pela manhã, parti rumo a Cruzília, acompanhado pela serra das Carrancas e pela nostalgia em deixar a “Terra das Cachoeiras”. Após uma viagem rápida, cheguei a Cruzília, cujo nome remete a encruzilhada, pois nesta localidade a Estrada Real se ramifica, à semelhança de uma encruzilhada. Embora muito próxima da última cidade visitada, seus atrativos são bem distintos. Na “Terra do Mangalarga”, é comum ver opções de passeios de cavalos. Pouco depois, fiquei sabendo que parte das pessoas que via montadas a cavalos eram turistas desbravando a Estrada Real. O orgulho por esses equinos é tanto que na cidade há o Museu Mangalarga Montador, em que é possível conhecer mais sobre a história desta raça e outras curiosidades.

Ao final da tarde, parei em um estabelecimento que anunciava vender um premiado queijo produzido localmente. Um atendente, muito simpático, ofereceu-me algumas provas, acompanhadas das descrições dos sabores e, como não podia faltar, de histórias sobre a origem desses queijos, seus fabricantes e a cidade. Fui incentivado a visitar as grandes fazendas antigas localizadas no município, mas advertido de que deveria tomar cuidado, porque na maioria delas o visitante poderá ser surpreendido por aparições sobrenaturais. Escutava atentamente os diversos “causos” de aparições, enquanto saboreava um delicioso queijo, feito a partir de uma combinação singular e mágica de gorgonzola, nozes, damasco

e *cream chesse*. Uma verdadeira arte gastronômica! Ali, entre queijos e prosas, se foram duas horas muito bem aproveitadas e divertidamente saboreadas do meu dia.

Sem tempo para me alongar na estadia, de manhã, segui para meu próximo destino: Baependi. A paisagem, que antes se alterava entre cerrado e mata atlântica, agora tornava-se mais homogênea, revelando que já estava mais perto dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Assim como Cruzília, este município integra também o Circuito das Águas. Nele, o viajante pode desfrutar de dezenas de cachoeiras. Desta vez, optei por ficar na cidade e não conhecer as cachoeiras. Eu me surpreendi com a manifestação de fé. Mesmo aqueles que fogem do perfil de um turista religioso não deixava de ser tocado. A religiosidade estava por toda parte. Pode-se admirar a simples e importante igreja de Nossa Senhora da Boa Morte, construída em 1832, e a igreja matriz de Nossa Senhora do Montserrat, com sua arquitetura ímpar, misturando elementos do barroco, rococó e neoclássico. Esta última recebeu o título de “Patrimônio Histórico” pelo IPHAN.

Para mim, foi a história e a devoção a Nhá Chica que mais me tocaram. Dediquei bom tempo à bela igreja de Nhá Chica, atualmente chamada “Santuário de Nossa Senhora da Conceição”. De acordo com os relatos, Nhá Chica ficou órfã muito cedo e foi criada com seu irmão, muito novo, graças à fé na imagem de Nossa Senhora da Conceição que tinham em sua casa. Perdi a conta do tempo em que fiquei em sua igreja assistindo aos devotos pagarem promessas, agradecerem pelas bênçãos conseguidas ou fazerem pedidos. Ao deixar a igreja, ainda muito tocado pelo que acabara de vivenciar, fui à casa museu de Nhá Chica. Ali, busquei conversar mais, para entender as razões de tamanha devoção a Nhá Chica. Explicaram-me que a consideravam uma santa em vida, uma mulher com o poder de conceder bênçãos e o dom da clarividência. Ao deixar o local, sentei na Praça da Bíblia e fiquei observando, pensando e sentindo o poder da fé do povo. Então, escutei o tocar de um sino de igreja. Não reconheci de qual, só sei que estava a certa distância. Pela primeira vez, percebi que o sino não era apenas uma convocação para um ato religioso; era um instrumento de propagar a fé pelo som. Ele alastrava a fé e atiçava a religiosidade, passava pelo ouvido e chegava ao coração, tocando cada um que o escutava.

No dia seguinte, parti para Caxambu, cidade nacionalmente conhecida como uma importante estância hidromineral. Ela é toda convidativa aos turistas. Seu ponto auge são os atrativos que integram o Circuito das Águas, como, o balneário hidroterápico e as fontes hidrominerais. Mas estava em Minas Gerais, estado cujas cidades nunca oferecem apenas um tipo de atração. O turismo histórico e o religioso também estavam presentes ali, seja para conhecer, por exemplo, a igreja tombada pelo IPHAN de Nossa Senhora da Hungria, em estilo gótico e construída a mando da princesa Isabel, no século XIX, ou a igreja de Nossa Senhora dos Remédios, onde a maior parte das celebrações religiosas acontecia, seja para buscar cura em suas águas, tidas como miraculosas, que serviam de instrumento de conexão com a religiosidade, um canal por meio do qual as bênçãos aconteciam.

Passei o dia conhecendo os atrativos do Circuito das Águas, de onde saí apenas quando a fome não me permitia mais permanecer. Ali, mesmo em um dia de semana, havia pessoas das mais diversas idades, aproveitando o Parque de muitas maneiras. Ao deixar o local, fui em busca de um estabelecimento que participava do Festival Boa Mesa, evento gastronômico que ocorre anualmente na cidade. Entrei e logo fui atendido com um simpático cumprimento, acompanhado pela afirmação de que precisava conhecer o “carro-chefe”, o prato que todos deviam apreciar. Não demorou, recebi meu prato com uma apresentação que dava pena ter de mexer. Mas o cheiro e a fome não me deixaram ficar a admirá-lo por muito tempo. Logo tive uma das melhores experiências gastronômicas de minha vida. O garçom, que me olhava de canto de olho, aproximou-se e, com um sorriso confiante, solicitou minha opinião. Todo orgulhoso, após minha resposta, me contou que todos gostam da receita, que é uma criação original e da casa, elaborada com ingredientes produzidos em Caxambu ou arredores. Percebi que, ao me alimentar, ele alimentava a si próprio, de orgulho, confiança, autoestima e felicidade. Definitivamente, alimentar-se não se restringe ao ato de comer. O ato de alimentar-se envolve saciar desejos, satisfazer o corpo material e o que não é material: o ego, os sentimentos, a alma.

Voltei para a estrada já no dia seguinte, e na aventura de completar o Caminho Velho da Estrada Real. Minha próxima parada foi São Lourenço. A beleza do pórtico daquela cidade era um prenúncio do que encontraríamos mais adiante. Assim como as últimas cidades,

São Lourenço integrava o Circuito das Águas, sendo uma das mais importantes desse circuito, juntamente com Caxambu. Fiquei em dúvida sobre o que conhecer. Queria vivenciar o turismo local, conhecer turistas, experimentar o que a cidade oferecia e me sentir como um turista. Então, decidi não pegar o trem das águas, mesmo adorando a ideia.

Optei por conhecer o Parque das Águas, onde moradores e turistas se confundiam e se divertiam. A felicidade e o bem-estar eram potencializados na vida ao ar livre. Caminhei pelos verdes jardins, bebi águas minerais das fontes e sentei para contemplar a paisagem e observar os visitantes. Os semblantes, calmos e felizes, sugeriam que lá não havia espaço para problemas e *stress*, só sossego e bem-estar. Os sotaques agora se tornavam mais híbridos. Misturavam-se os mineiros, os fluminenses e os paulistas. Mas não dava para negar que a atmosfera era mineira. O jeito calmo, a fala musicada e a confiança tímida do povo me faziam ter certeza de onde eu estava.

Em dado momento, ainda no Parque das Águas, fui surpreendido por uma espécie de seresta. Dois violeiros passaram tocando e cantando, acompanhados por um grupo de pessoas. Fiquei estarrecido. Eu ali, despretensiosamente, a observar a paisagem, fui presenteado com nada menos do que a viola caipira, um patrimônio cultural do estado de Minas Gerais. Tentando entender o que estava vendo, aproximei-me de um casal, a poucos metros de mim, e perguntei sobre a seresta. Eles me explicaram que os violeiros são uma tradição da cidade. Tão importantes que constituíram uma Orquestra de Violeiros.

Acompanhei um pouco a seresta, mas, sem saber cantar a maioria das músicas, decidi por conhecer o teleférico. Lembrei-me de ter andado de teleférico quando era criança, de ter sentido um friozinho na barriga, pelo medo da altura e de ter achado incrível ver a cidade toda de cima. Anos depois, senti o mesmo.

No jantar, optei pela tradicional e deliciosa culinária mineira feita em fogão a lenha. Acho esses restaurantes particularmente interessantes, porque nunca me sinto como em um restaurante, mas como em uma grande cozinha familiar. O ambiente, o cuidado no atendimento, a variedade e o sabor dos pratos, tudo isso me faz lembrar a passagem do

conto de Mia Couto, chamado “A avó, a cidade e o semáforo”, que diz: “Cozinhar não é um serviço, [...] Cozinhar é um modo de amar os outros” (COUTO, 2016, p. 60).

No dia seguinte, segui em direção a Pouso Alto, cidade que integra o chamado “Circuito das Terras Altas da Mantiqueira”. É pequena, muito agradável e tranquila, uma espécie de refúgio em meio a uma bela paisagem verde e casarios coloniais antigos. O local é sinônimo de tranquilidade, mas nem por isso oferece poucas atrações. Os amantes da natureza podem escolher uma de suas várias cachoeiras, pescar ou praticar esportes ao ar livre, como, canoagem, mountain *bike* e rapel. Eu, no entanto, escolhi outro programa.

Por sorte, durante uma conversa com a dona da pousada onde fui me hospedar, seu filho se ofereceu para levar-me à capela de Nossa Senhora da Glória, em uma área rural do município. Percorremos um caminho belíssimo, cercado por mata, que segue a antiga Estrada Real. O cheiro de natureza e os sons de pássaros e macacos nos acompanhavam. Sem grandes dificuldades, viajei mais uma vez ao passado e imaginei como seria esse percurso séculos atrás. Ao chegar à capela, fiquei encantado com a beleza do cenário. A singela, mas marcante capela é cercada por grandes araucárias, ao fundo, compondo um cenário muito marcante. Nos pés do altar de Nossa Senhora da Glória, brota uma mina d’água, que, dizem, era milagrosa. Aqui, religiosidade e história se encontram.

No fim da tarde, fui, com meu caderno de campo, à praça, no centro. A tranquilidade e a beleza tomavam conta desse lugar bucólico. O coreto, típico de cidades do interior, estava cheio de crianças brincando. Os pais se alternavam entre conversas com outros adultos e o cuidado com elas. Fiquei encantado ao observar que o mineiro se mantém dócil e cordial até quando está chateado, quando chama a atenção do filho. Nos bancos, casais namoravam e adolescentes conversavam e andavam de bicicleta. Ao lado da praça, uma construção colonial secular compunha a paisagem. Árvores de diversos tons de verde eram vistas. Ao fundo e acima, era possível avistar parte da igreja matriz de Nossa Senhora da Conceição, abençoando a cidade que cresceu ao seu redor.

É fácil entender por que este local foi escolhido como arraial para os bandeirantes, assim como para hospedar a princesa Isabel, e onde o poeta Manoel Bandeira residiu por um tempo, quando foi em busca de ar fresco e tranquilidade para curar-se da tuberculose. Como disse o poeta, em trecho da carta ao seu amigo Ribeiro Couto: “Pouso Alto é um nome estupendo. Parece nome de ninho de águia. Pouso Alto. Absolutamente sereno. É um programa” (PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALTO, 2019).

No dia seguinte, deixei Pouso Alto e fui para Itamonte, cidade muito conhecida por ser uma das entradas do Parque Nacional de Itatiaia. Por esta entrada, inclusive, chega-se aos mais altos picos, o das Agulhas Negras e o das Prateleiras. É curioso o fato de apesar de localizar-se relativamente próximo a duas das maiores cidades brasileiras, São Paulo e Rio de Janeiro, Itamonte parecer imune à aceleração desses lugares. Lá, o tempo segue um ritmo mais suave, mantendo as características da vida de interior. O turismo rural e o ecoturismo são os principais atrativos da cidade, mas igualmente importantes são o turismo cultural e o histórico. Decidi conhecer alguns dos marcos histórico. Para isso, consegui um motorista para me levar, o qual, muito gentilmente, atuou como guia, apresentando-me os pontos que estavam em nosso percurso e contando alguns “causos”. Refleti que consegui esse “benefício” porque falo português. Isso seria difícil para um turista estrangeiro, dada à ausência de pessoas que falam inglês ou espanhol em todo o percurso visitado até agora. Ele conduziu-me.

À capela de São Francisco de Assis, construída por ordem da princesa Isabel, que também a presenteou com um sino e autografou o quadro da Santa Ceia. Fiquei impactado com a importância histórica dessas peças e do próprio local. Visitei o Casarão do Engenho da Serra, onde se hospedou a princesa Isabel. Esta casa, conservada e aberta à visitação, fica em terras por onde passou a Estrada Imperial. Segundo o motorista, a princesa Isabel se curou de uma grave anemia após beber as águas ferruginosas do município. Saber que estava onde se hospedou a princesa Isabel era mais que conhecer a história; era, em certa medida, vivenciá-la. Contou-me que os cidadinos de Itamonte orgulham-se e valorizam sua história, fato que pode ser notado pela cria o da Casa de Cultura Liberato Torino, que expõe fotos e fatos históricos sobre o município. Anualmente, a popula o realiza a “Volta

dos 80”, um percurso de 80 quilômetros do trecho da Estrada Real, por onde bandeirantes e tropeiros se deslocavam.

Ao regressar, fui levado a beber as águas ferruginosas e, depois, provar os doces feitos no município. Não podendo deixar de levar, sob o risco de isso ser considerado uma desfeita, comprei compotas e um licor. Decisão duplamente acertada. O motorista ficou bem contente e minha família e amigos que receberam os presentes se deliciaram. Ao final de meu *tour*, ainda no carro, ouvia a música “Pátria Minas”, uma composição que retrata de forma precisa os encantos deste estado, com uma melodia que se diversifica, provocando vários sentimentos diferentes, assim como os atrativos de cada cidade de seu território.

Continuando minha viagem, segui para Itanhandu, por uma estrada por onde se avistavam uma bela paisagem da serra Mantiqueira e uma floresta densa e exuberante. Lembro a canção do trecho da música “Pátria Minas” que enaltece suas montanhas. A geografia e os atrativos naturais daquela cidade eram um convite aos amantes da natureza, do ecoturismo e dos esportes ao ar livre. Aproveitei o dia de sol escaldante para me refrescar em um dos atrativos do rio Verde. Escolhi um dos poços mais próximos ao centro, que, para minha sorte e surpresa, não estava lotado. Ali fiquei por algumas horas, conversando com uma e outra pessoa, fazendo anotações em meu caderno de campo ou simplesmente descansando. Afinal, estava prestes a deixar as Terras Altas da Mantiqueira e chegar ao litoral. Junto com o som de risadas, conversas cadenciadas e mergulhos, escutava o som dos pássaros.

Mesmo me sentindo cansado, após pouco mais de duas semanas viajando de uma cidade para outra, tinha disposição e, principalmente, motivação suficiente para continuar explorando os encantos locais. Então, segui para conhecer o Túnel da Mantiqueira, uma construção datada de 1882, segundo moradores de Itanhandu, construído a mando de dom Pedro II, o qual, se não o primeiro, certamente é um dos primeiros do País, para ligar Minas Gerais a São Paulo. Após conversar com uma estudante de pós-graduação, que também estava na cidade realizando sua pesquisa de campo, fiquei sabendo que parte importante dos golpes de 1930 e 1932 aconteceu neste município. O próprio Túnel da Mantiqueira fora

palco de batalhas na revolução de 1932. Para os amantes do turismo cultural e do turismo histórico, há muitas histórias e lugares para desvendar.

No dia seguinte, segui para Passa Quatro, a cidade que causa um profundo impacto naqueles que a avistam nela pela primeira vez. Suas ruas concentram diversas construções antigas, do tipo colonial, algumas das quais são suntuosas e datadas do século XIX. Muito limpa, colorida, arborizada e com um patrimônio arquitetônico admirável, mais parece cinematográfica. Tudo é harmônico e belo. As opções para visita são diversas e muito interessantes. Lá, é possível admirar seu charme, realizar trilhas, refrescar-se em uma cachoeira, praticar esportes ao ar livre e conhecer seus atrativos culturais. Opções é o que não faltam!

Optei por iniciar com o passeio na maria-fumaça, também conhecida como “Trem da Mantiqueira”. Foram doze quilômetros percorridos em meio a uma paisagem bucólica, que fez meu imaginário transportar-me para o início do século XX, levando-me a fantasiar uma viagem àquela época por esse percurso, nesse trem. Depois, caminhando pelas ruas, deparei-me com um estabelecimento muito simpático e divertido. Em sua fachada havia duas esculturas simbolizando um mineiro do interior, mais precisamente da roça, assim interpretei: jeito simples, caipira, com ares de despreocupação e um semblante amistoso. Senti-me um pouco nostálgico por estar encerrando a viagem em terras mineiras. Ao fim do dia, em busca do ateliê que era o local do carimbo “Passa Quatro” para o Passaporte Real, fui recebido de uma forma maravilhosa. Um casal de artesãos, que eram proprietários e que também trabalhavam no ateliê, convidou-me para explicar todo o trabalho deles, peça por peça. Curioso, todas as peças tinham uma história e remetia à cultura mineira. Com o carimbo estampado no passaporte, entraria em São Paulo. Assim, busquei aproveitar ao máximo da cidade, conversando, ouvindo, entendendo, sentindo e conhecendo. Cheguei à conclusão de que a receptividade mineira, para ser melhor aproveitada, precisa da reciprocidade do turista, adentra essas regiões sem dispor de tempo, e por isso não consegue absorver o que elas dispõem.

À noite, busquei um restaurante de culinária tipicamente mineira. Afinal, passaria os próximos dias consumindo outro cardápio. Ainda com Manuel Bandeira na mente, desde que estive em Pouso Alto, soube que ele morou ali por um tempo. Pensei em como um de seus poemas encerraria bem a viagem por terras mineiras:

Aquieta-se o silêncio na tarde.
A noite, às portas, chega sem alarde.
O entardecer suave de mais um dia...
Calmaria... calma.

Dia feito!
Perfeito.
Desabita-me.
Apaga-se...
Foi-se mais um dia.

“O meu dia foi bom, pode a noite descer.
(A noite com os seus sortilégios.)”
É mágico ver o dia nos braços da noite morrer.

Manuel Bandeira (Um dia)

Segui viagem em direção ao meu próximo destino, Guaratinguetá. À medida que me afastava da última cidade mineira do meu trajeto, Passa Quatro, pude ver a serra da Mantiqueira se distanciando na paisagem. Chegamos à terra das garças com um misto de nostalgia, por termos saído de terras mineiras, e curiosidade com o que viria a partir de agora. A cidade mantém um rico e preservado patrimônio histórico e certo ar de cidade pequena, embora seja de médio porte.

O turismo religioso é o grande destaque da cidade. Ali nasceu Frei Galvão, o primeiro santo brasileiro. Dois patrimônios relacionados a sua memória e a sua vida se destacam: a Igreja Matriz de São Francisco, onde o santo fez sua primeira missa, e a Casa Museu de Frei Galvão, uma edificação setecentista, onde o santo residiu. Outras igrejas, capelas e mosteiros todos do século XVII, integram o roteiro do turismo religioso. Ao caminhar pelas ruas, avistei outras belas construções históricas que datam do período cafeeiro, outro momento próspero e com efeitos marcantes na constituição da história local, regional e, por que não dizer, nacional?!

A igreja Matriz, datada de 1630, tem um estilo que mistura barroco e o rococó mineiro. Em seu interior, uma imagem em tamanho real de Frei Galvão compõe o cenário. A fé, a religiosidade e as majestosas igrejas, suas arquiteturas e seus casarões, por um instante, me faziam achar que ainda estava em Minas. Ou será que a mineiridade é que não tem fronteiras fixas? Seria ela quem atravessa montanhas, fronteiras geopolíticas e corpos para permanecer presente ao longo de todo o trajeto do caminho real?

No dia seguinte, segui rumo a Cunha, cidade pouco conhecida. Pode ser descrita como um paraíso secreto, um refúgio charmoso e aconchegante, em meio a serra do Mar. Parti logo para desvendá-la. Tinha muitas boas opções para ocupar meu dia: trilhas, cachoeiras, boa culinária, arte única e belas igrejas. Iniciei por alguns dos muitos ateliês e pelo famoso artesanato em cerâmica. As ruas, cheias de casais e famílias, emprestam um ar romântico à cidade. A famosa cerâmica não deixa a desejar, tão fascinante era. Intrigava-me como a técnica era utilizada. Segundo soube, apenas naquela cidade era assim, tendo se disseminado entre alguns de seus moradores e se consolidado como um saber autóctone.

Sentia um leve aroma de lavanda em diversos pontos da cidade, fato que mexeu com minha memória afetiva e me trouxe lembranças de outras cidades mineiras em que era comum ver em ruas e casas essa aromática e linda planta, com suas flores azuis roxeadas colorindo a cidade. Parei em uma doceria e, entre um assunto e outro com a dona do estabelecimento fiquei sabendo que na cidade há campos de cultivo de lavanda abertos à visitação. Não tive dúvida, fui direto vivenciar essa experiência. O que me deixou frustrado é que essa experiência não é divulgada e trabalhada pela cidade como um atrativo turístico. Fui privilegiado por um acaso.

A impressão para quem chega é que está entrando em um retrato romântico, onde um casal se abraça em meio a um campo de flores. Fui tomado por um sentimento de felicidade. O aroma toma conta do ambiente e um sentimento de paz e felicidade me invadiu. Nesse campo, tive a oportunidade de ajudar em algumas tarefas. Enquanto aguava as pequenas mudas, conversei com uma das moças que cuidavam do espaço. Ela me contou sobre como se sentia agraciada por ter nascida e por viver aquela cidade: “Um paraíso na serra e perto

do mar”. Pedi que ela, em uma palavra, me apresentasse a cidade, uma palavra capaz de exprimir o que a caracterizava. Enquanto preparava a terra para as novas mudas de alfazemas, não se demorou e me disse: *“Paixão”. Antes que eu perguntasse, ela me explicou: [...] Cunha é um lugar deslumbrante, harmonioso, aconchegante. Cunha inspira amor, tem cheiro de amor. Quem vem sente o amor na cidade e se apaixona por ela”*. Sorrimos e fiquei a pensar. De fato, não conseguiria sugerir palavra mais precisa para representar Cunha.

No dia seguinte, viajei rumo ao meu último destino, Paraty, cidade que foi o ponto de escoamento de ouro trazido das Minas Gerais para seguir em direção a Lisboa. A cidade é paradisíaca. Certamente, uma das mais belas do País, dona de uma inacreditável beleza natural, cercada por uma paisagem florestada, cortada por um rio e à beira do mar. Sua geografia e sua boa conservação ambiental são dois de seus maiores destaques. Seus encantos se revelam em suas construções históricas, na gastronomia praiana bem elaborada, na vocação artística e na boemia de seus moradores.

Após me instalar em uma charmosa pousada e sentindo um calor absurdo, fui caminhar pelas ruas de pedra do centro histórico. Charme e beleza pareciam ser regras entre a população, que imprime esses atributos em tudo. Não desmerecidamente, o centro histórico de Paraty é considerado pela Unesco como o conjunto arquitetônico mais harmonioso do País. São mais de trinta quarteirões com construções históricas coloniais muito bem preservadas. A pequena e charmosa igrejinha de Nossa Senhora dos Remédios, voltada para o mar, merece ser um dos cartões-postais da cidade. Sua presença torna a paisagem ainda mais deslumbrante e bucólica. No calçamento de parte do centro, são mantidas as mesmas grandes pedras irregulares do século XVIII, usadas para que os animais que carregavam ouro não atolassem, o chamado “calçamento pé de moleque”. O século XVIII ganha vida nas ruas do Centro de Paraty, em cada janela e porta coloridas das edificações seculares, em cada pedra do calçamento pé de moleque.

Pensei sobre o trabalho escravo utilizado na construção da cidade e decidi conhecer o quilombo do Campinho da Independência, um dos primeiros a ser reconhecido e ter suas

terras tituladas. Ao chegar, vi uma bela capela. Subindo a pequena ladeira em direção à capela, do lado esquerdo, vi o Centro Cultural e entrei. Fui muito bem recebido por uma moradora, que me contou a história do Quilombo Campinho da Independência, cuja origem remete a três negras escravizadas: vovó Antônia, tia Marcelina e tia Luíza. Toda a gente da comunidade é descendente dessas três mulheres guerreiras, me disse ela. Fui levado a conhecer o restaurante do quilombo, que recebe muitos turistas. Seu cardápio é muito original. Todos os pratos são criações de seus moradores e muitos ingredientes são aproveitados de suas terras. Sem duvidar, pedi um prato que já fora premiado. Perfeito! Sabor e originalidade que poucas vezes tive a oportunidade de experimentar.

Antes de partir, conversando com o quilombola que me atendeu, fui informado que ali próximo habitam os índios Guarani Mbyá, com quem a população mantém uma boa relação, e, mais adiante, os Caiçaras, em Trindade. Paraty é uma terra que conserva a história viva em sua arquitetura e na formação de sua própria sociedade, multiétnica, multicultural, artística e criativa. Parece uma versão resumida e bem preservada do País.

Depois de tantas cidades visitadas, estando na última do meu percurso e com base nas inúmeras conversas que tive com todos os entrevistados, constatei que vários segmentos do turismo só podem se viabilizar mediante a efetiva participação da área cultural e o estabelecimento de uma rede de parcerias envolvendo os diversos agentes culturais e os órgãos de turismo e meio ambiente. Assim, para vivenciar a cultura e o patrimônio de um lugar, o turista precisa encontrar lugares bem preservados, conservados e valorizados pela comunidade que o recebe, aí incluídos todos os envolvidos, direta e indiretamente, na prestação de serviços e produtos turísticos.

Percebi nesses dias de campo que, além da falta de estrutura do próprio projeto e de investimentos em infraestrutura para receber os turistas, a falta de conservação é uma ameaça aos patrimônios em todas as cidades visitadas. Igrejas tombadas estão ameaçadas por falta de reformas. Existe uma facilidade ainda não muito bem explorada, embora utilizada por pessoas, governos, associações e órgãos turísticos, que é o uso da internet. É possível divulgar as localidades turísticas por meio deste canal, destacando, principalmente,

os aspectos culturais (materiais ou imateriais) que possam causar interesse e conseqüente visitaçãõ. Dessa forma, a internet deve ser uma forte aliada para que o setor do turismo se desenvolva. Experiências virtuais podem favorecer o desejo de viagens reais, e o setor que disponibilizar informaçãõ com agilidade e segurança sairá com grande vantagem sobre os demais. Afinal, as novas gerações procuram experiências cada vez mais dinâmicas e interativas. O turista de hoje não é igual ao de ontem. Com a internet, a concorrência se dá no nível global. Assim, um distrito pode basear-se em um parque temático e em tecnologia. O turista busca sensações e experiências que ele não consegue obter no cotidiano. Percebi em campo que o turismo não se sustenta com essa tecnologia.

O turista que hoje chegar em Minas Gerais à procura da divulgada Estrada Real encontrará apenas trechos pouco preparados para recebê-lo, uma rota sem homogeneidade de trajeto e mal sinalizada, uma população sem a real conscientizaçãõ e preparaçãõ adequada para assimilar o turismo de massa, sem políticas de preservaçãõ do seu patrimônio cultural e natural, localidades sem a infraestrutura básica para receber um grande número de visitantes, ausência de guias especializados etc. A filosofia de sustentabilidade está totalmente comprometida, contrariando um dos principais propósitos da lei que criou o Programa Estrada Real.

Encerro minha pesquisa de campo, após vinte e dois dias de viagem, mesmo diante tantas dificuldades pelo caminho, impactado pela riqueza dessas terras e gentes e pelo mosaico de arte e arquitetura, que dão formas às ruas dessas cidades e nos contam tantos fatos importantes da história sobre a religiosidade do povo brasileiro e de nossa cultura. A etnografia me permitiu compreender que o campo de conhecimento cultural é infinito, dando margem a tudo que nos cerca.

No Apêndice B deixo a impressãõ visual que representa cada localidade visitada, como forma de compartilhar com o leitor minha experiênciã, que, apesar de encontrar mazelas a serem tratadas, traz imensuráveis belezas e enriquecimento cultural.

A pesquisa etnográfica é um empreendimento auspicioso, porque dele esperamos elucidar aspectos investigados, enriquecer nosso entendimento e nos surpreender. É um exercício de construção do saber e de reconstrução do ser, a partir do fluxo de ações e reações recíprocas entre pesquisador e pesquisados.

Se você chegou até aqui na leitura e curiosidade, agradeço o olhar e a companhia. Perdão se fui cansativo. É que escolher as palavras certas para escrever nesse momento foi tarefa árdua, que, mesmo assim, resolvi enfrentá-la. Assim, me abarrotei de coragem para escrever as notas que compõem esse diário de campo, entregues a um mar de possibilidades: a de não serem completamente lidas, a de serem lidas e esquecidas ou na melhor das hipóteses, as de serem bem-vindas e inspirar.

Obrigado, Peregrino!

5.2 Caracterização do perfil dos entrevistados

Foram entrevistadas 235 pessoas ao longo do Caminho Velho da Estrada Real, assim identificadas: turistas TU; agentes públicos AP; e atores envolvidos com o turismo AT (Quadro 5).

Quadro 5: Número de entrevistados por cidade

Cidade	Turistas (TU)	Agentes públicos (AP)	Atores do turismo local (AT)
Ouro Preto	24	1	
Congonhas	10		
Entre Rios de Minas	5		
Lagoa Dourada	7		
Prados	9		
Tiradentes	21		1
São João Del-Rei	13		1
Carrancas	11		
Cruzília	8		
Baependi	13		
Caxambu	15		
São Lourenço	19		
Pouso Alto	12		
Itamonte	4		
Itanhandu	6		
Passa Quatro	14		
Guaratinguetá	12		
Cunha	8		
Paraty	20	1	
Total	231	2	2

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Os TU foram escolhidos por acessibilidade, nas ruas das próprias cidades. Abordavam-se as pessoas, solicitando que respondessem às perguntas. Em caso afirmativo, eram explicados os fins (pesquisa acadêmica) e a temática do trabalho, esclarecendo que as respostas deveriam ser decorrentes de sua própria opinião. As entrevistas com os AP se

deram de forma previamente agendada. Já as entrevistas com os AT ocorreram durante a prestação de serviço, no momento em que visitavam a cidade.

Na pesquisa de campo, o pesquisador não se preocupou com a saturação dos dados ou qualquer outro limitador da quantidade de contatos realizados. Ele procurou todos os aspectos possíveis do ambiente e dos atores nele envolvidos. Posteriormente, todas as entrevistas foram transcritas e armazenadas, para que se tornasse possível a análise posterior.

Considerando o número expressivo de contatos realizados durante a pesquisa de campo, tornou-se necessário selecionar os elementos que mais poderiam contribuir para os interesses da pesquisa. Para facilitar essa seleção e para que todas as cidades fossem contempladas, uma vez que se considera importante neste estudo, inclusive, a baixa expectativa dos turistas em relação a determinadas localidades, optou-se por “convidar” a participar da análise um turista de cada cidade. Em alguns casos, especificamente em cidades de maior porte e que recebem maior número de turistas, foram incluídos AP e AT. Em Ouro Preto e Paraty, 1 AP por cidade e nas cidades de Tiradentes e São João del-Rei 1 AT.

5.3 Análise qualitativa: categorias e subcategorias

Na sequência, apresenta-se a análise baseada nas categorias estabelecidas *a priori* quando da visita ao campo e nas subcategorias que se revelaram como as mais expressivas para os entrevistados (Quadro 6).

Quadro 6: Categorias e subcategorias do conteúdo das entrevistas

(Continua)

Categoria	Subcategoria
a) Conhecimento acerca da Estrada Real	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação do projeto Estrada Real • Motivações para a escolha de uma cidade • Caminhos que compõem a Estrada Real

(conclusão)

b) Governo e (des)governo no percurso da Estrada Real	<ul style="list-style-type: none"> • Campanhas efetivas em prol da promoção do turismo na Estrada Real • A promoção das cidades do Caminho Velho da Estrada Real • Atitudes que poderiam ser promovidas pelo Governo em prol da Estrada Real
c) Planejamento de um percurso de viagem	<ul style="list-style-type: none"> • O que é turismo para os turistas • Informações prévias a uma viagem: escolhendo o trajeto.
d) Imagem e cultura: a cidade, na percepção dos entrevistados	<ul style="list-style-type: none"> • Imagem transmitida pela cidade • Atrativos oferecidos pela cidade • Percepção sobre e representatividade da Estrada Real

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A seguir, apresentam-se os resultados obtidos nesta pesquisa, levando-se em consideração as categorias de análise e as respectivas subcategorias que emergiram da análise dos conteúdos realizada com base nas entrevistas realizadas.

a) Conhecimento acerca da Estrada Real

Nesta categoria, analisa-se o conhecimento acerca da Estrada Real, considerando as subcategorias: avaliação do projeto Estrada Real, motivações de visitar a cidade e caminhos que compõem a Estrada Real.

Todos os 23 entrevistados afirmaram que conheciam o projeto. Apesar de sutis diferenças entre as percepções individuais acerca de seus propósitos, origem e história, os relatos tramitam em torno do transporte de riquezas do Brasil para Portugal, conforme pode ser observado em TU6, TU7, AT1, AT2 e AP1.

São os caminhos que a coroa portuguesa na época abriu para transportar o ouro até litoral, para ser levado para Portugal, né? (TU6)

Sim, foi o caminho que os portugueses faziam para levar o ouro e metais preciosos de Minas e é o caminho mais radical do Brasil. (TU7)

Sim. A Estrada Real é um projeto para incentivar o turismo em Minas Gerais, foi criado depois de estudarem o caminho que os bandeirantes fizeram para escoar o ouro encontrado aqui para a Europa. Eles foram até Diamantina, abrindo o caminho de Paraty e Rio de Janeiro. (AT1)

Sim. A Estrada Real é uma rota turística que reúne alguns caminhos do Brasil Colônia da época dos tropeiros que percorre os estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. No século XVII, levavam os materiais preciosos de Ouro Preto até o litoral. Foi um período marcado pela escravidão e um período muito importante para a arte brasileira. (AP1)

Sim. A Estrada Real são os caminhos oficiais da coroa portuguesa na época do Brasil Colônia. Hoje, poucas pessoas sabem, mas os quatro caminhos juntos que forma toda a Estrada é a maior rota turística do País nos três estados que a compõem. Hoje, trabalho diretamente com turismo, fazendo visitas guiadas com os turistas que vem pra cá e querem conhecer a nossa história. (AT2)

Interessante observar que fatos históricos e turísticos são elencados, o que denota a importância do trajeto para os sujeitos de pesquisa. No que tange ao sentimento em relação à Estrada Real, observou-se, com base nos depoimentos dos entrevistados, o sentimento de pertencimento e de identidade com os caminhos que compõem a estrada, o que pode ser visto a partir dos relatos de TU8, TU13 e TU16:

Eu conheço demais. São caminhos das antigas. São caminhos da época do Brasil colônia, que se tornou turismo. Minas é muito turística, né? Tudo aqui dá para explorar pelo turismo. É a história, a comida, a arquitetura... Até a simplicidade vira turismo. (TU8)

E como conheço! Eu amo esses caminhos. Pra mim, é um encontro comigo mesmo, de identidade. Tudo faz sentido aqui. Daqui o Brasil caminhou território adentro. Estar aqui é fascinante. Realmente, tudo isso é um patrimônio. (TU13)

Sim. A Estrada Real é o lugar mais incrível para fotografar. Um projeto turístico bem interessante, que mostra grande parte da história do Brasil. Foi aqui que comecei a ter paixão pelo Brasil. Mudei para o Brasil há oito anos. Nasci em Lisboa. Me identifico muito com o lugar e a história. (TU16)

Os entrevistados, em geral, reconhecem a Estrada Real enquanto um patrimônio, muito embora esse reconhecimento não seja relacionado ao termo em si, mas ao conjunto dos bens naturais e culturais que a constituem. Os sentimentos manifestados pelos respondentes são relatados por Marques (2009) quando ressalta que o estado de Minas Gerais é reconhecido como “Polo Nacional de Turismo Cultural”. Neste aspecto, a Estrada Real assume função primordial para o desenvolvimento deste segmento de mercado, pois nela se encontram as localidades mineiras mais conhecidas no Brasil e no exterior, com destaque para os Centros Históricos dos municípios de Ouro Preto e Diamantina, além do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, na cidade de Congonhas, que são os três bens do

estado inscritos na lista do Patrimônio Cultural Mundial pela UNESCO, em um total de nove sítios brasileiros.

Eu conheço o projeto. E, se tem uma coisa que mineiro sabe transformar, são os lugares para fins turísticos. Tudo na simplicidade, mas que enche o coração da gente de orgulho. Todo mundo deveria visitar a Estrada Real e conhecer cada cantinho desse estado e sair divulgando mundo a fora. Minas, e o Brasil em geral, é puro turismo cultural. (TU16)

Assim, compreende-se a relevância de divulgar e conhecer a história do País, que não apenas é de interesse dos brasileiros, mas também de pessoas de todo o mundo. O conhecimento da maioria dos entrevistados sobre a Estrada Real é que se trata de uma rota turística que reúne parte dos caminhos do Brasil Colônia, período em que, segundo um dos entrevistados,

[...] os tropeiros percorriam os estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. No século XVII levavam os materiais preciosos de Ouro Preto até o litoral. Foi um período marcado pela escravidão e um período muito importante para a arte brasileira. (TU17)

Cabe enfatizar que não somente para a arte, mas também para a história do País, que importantes acontecimentos estão relacionados aos caminhos que compõem a Estrada Real. O caminho hoje é visto como um roteiro turístico para os aventureiros. Esse perfil de turista tem se mostrado cada vez mais frequente, compondo esse rol, principalmente, os que se preocupam com a natureza, já que esse tipo de atividade tem como principal viés o meio ambiente, como atestam os seguintes relatos:

[...] é o caminho que os portugueses fizeram para levar os produtos para a Europa, que se transformou em caminho turístico para os aventureiros como eu. (TU9)

Conheço a Estrada. E por essas cidades, principalmente nos distritos que são mais afastados da cidade, tem muitas trilhas, montanhas pra escalar, cachoeiras pra gente se aventurar e testar a adrenalina com esportes ou explorando a natureza mesmo. (TU15)

O Ministério do Turismo (2016) define o turismo de aventura como uma atividade que inclui atividades turísticas decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. Assim, praticar o turismo de aventura é uma boa opção para quem

aprecia adrenalina e, principalmente, o contato com a natureza. A Estrada Real consegue reunir em um mesmo roteiro o turismo de aventura, com cachoeiras, trilhas e parques, com uma paisagem que encanta aos visitantes, e ainda proporcionar aulas de história do Brasil.

Aqui se explora muito o turismo de aventura. O lugar permite esse tipo de atividade. São muitas cachoeiras e trilhas por aqui. Acaba que chama a atenção de muitas pessoas que vêm exclusivamente para essas práticas. E tem crescido muito. (TU8)

Estou fazendo dois caminhos da Estrada Real. Vou fazer o Velho e o caminhos dos Diamantes. Minha intenção é chegar até Diamantina. Cheguei de voo no Rio de Janeiro, fiquei uns dias lá e já fui para Paraty e estou subindo. Eu, literalmente estou subindo. Seria melhor descer a serra. Mas, como eu vim direto para o Rio e depois Paraty, agora é subir. Já passei por São Paulo e agora estou aqui em Minas. (TU14)

Outros demonstraram que se trata de uma iniciativa do governo do estado para aumentar o turismo, valorizando todos os caminhos do período colonial, aquecendo a economia local e gerando emprego e renda, de modo que as cidades não estejam somente à mercê de outras atividades econômicas, que, muitas vezes, causam danos ao meio ambiente, conforme os depoimentos a seguir:

Conheço. O governo acabou aproveitando a história do estado e do Brasil, tornando tudo em turismo. É até bom, né, que ajuda muitas pessoas a trabalharem e ter uma renda. Fora os que já trabalham com isso formalmente. Só acho que causa muita sujeira nas cidades. Acaba prejudicando o meio ambiente, porque tem gente que vai mais pros distritos, devido as cachoeiras e as trilhas. (TU7)

Sim, conheço o projeto. De iniciativa do governo do estado para aumentar e valorizar o turismo nos estados que fazem parte todos os caminhos. É bom, que movimenta bastante a economia das cidades. (TU12)

[...] O projeto e as prefeituras de cada cidade deveria ter mais ações pra ter um cuidado maior com as áreas que deveriam ser preservadas. Monitorar mesmo. Não é todo mundo que respeita o meio ambiente. Vão, se divertem, sujam tudo e vão embora. Poderiam fazer igual em Capitólio. Lá, eles até cobram para entrar em algumas áreas naturais, para ter um controle maior dos impactos ambientais. (TU15)

Um dos entrevistados ainda pontuou que o projeto integra os caminhos reais com o intuito de preservar seu valor histórico e cultural, promovendo o turismo nas cidades que os compõem:

Sim, é um projeto que integra os caminhos reais. E, com o objetivo de preservar estes caminhos, criaram um projeto que promove o turismo nas cidades que os compõem. É uma maravilha! Ajuda a contar a história de Minas. (TU3)

A percepção dos entrevistados corrobora o que foi observado ao longo da discussão teórica e o que foi apresentado pelo Instituto Estrada Real (2015), quando postula que os caminhos atualmente denominados como “Estrada Real” ligavam a antiga Vila Rica, hoje Ouro Preto, ao porto de Paraty, no litoral fluminense, por onde circulavam as pessoas, as mercadorias e, principalmente, o ouro, que era escoado para a Europa e, posteriormente, ao Rio de Janeiro.

Destaca-se aqui que, apesar de diferentes abordagens, os turistas entrevistados retomam as observações de Renger (2007) quando afirma que o roteiro tinha como atribuição atuar como ponto de controle da circulação de pessoas e riquezas, que eram abordadas ou passavam por uma espécie de alfândega, em que os coletores de impostos cobravam de bandeirantes, tropeiros e aventureiros impostos sobre escravos, cavalos, muares e mercadorias, além do quinto do ouro. Estes viajantes circulavam pela estrada visando às riquezas da colônia. Os coletores eram denominados como “funcionários régios”, de modo que o termo *Estrada Real* remetia a um conceito fiscal.

- **Avaliação do projeto Estrada Real**

Nesta subcategoria, foram analisados os aspectos relacionados à promoção do projeto. Neste momento, foi questionado aos entrevistados como eles avaliavam o projeto Estrada Real. Apenas 1 dos 24 selecionados afirmou não saber o que é e como avaliaria:

Eu não sei como é o projeto. Conheço a Estrada Real, mas o projeto em si eu não conheço. Nem sei avaliar se é bom ou ruim. (TU14)

Os demais demonstraram algum nível de conhecimento e interesse pelo projeto Estrada Real e pelo turismo em Minas Gerais. Para a maioria, o projeto é bem visto. No entanto, deveria ser mais bem trabalhado e estruturado e receber maiores incentivos por parte do estado, como pontuaram alguns dos entrevistados:

A intenção do projeto é muito bacana, sabe, pois explora o turismo nas cidades que compõem os caminhos e, principalmente, a cultura mineira, já que a maioria da dos caminhos estão em Minas. Mas, na minha opinião, falta muito comprometimento por

parte do governo. Uma coisa é o que tá no papel, outra coisa é o que a gente vê aqui. Acho que tem muita gente que vem pelo o que eles divulgam na internet e na tv, igual na novela agora, e quando chegam aqui ficam frustrados diante de tantas deficiências. Muitas cidades não têm estrutura para receber turistas. Principalmente os de fora do Brasil. Aqui em Ouro Preto mesmo está precisando de mais cuidado. Temos um patrimônio riquíssimo, mas acho que está muito jogado. Merecia mais cuidado. (AT1)

O projeto é projeto. Papel. Nem tudo que está no papel acontece na vida real das cidades. Tem uma intenção muito boa, mas ainda falta muito. Não adianta só ter projeto, e, quando se chega aqui, algumas coisas não funcionam. Estrutura mesmo sabe? Mas elas estão lá no papel, e pra quem lê é uma beleza. (TU8)

O projeto é bem legal. Eu já vi na internet. Eles mostram alguns mapas e trilhas no site do projeto e ouvi falar que tem alguns pontos que são sinalizados para não sair da rota. Mas o projeto não é bem divulgado e pode melhorar. Quando falo da Estrada Real, que a gente consegue percorrer vários quilômetros de *bike* atravessando quatro estados, ninguém acredita. Se tivesse mais divulgação, atrairia até mais gringos por aqui. (TU7)

[...] já vi uns gringos aqui, mas acho que poderia ter mais. Pra eles, é até mais barato vir pra cá, já que a moeda deles vale mais que a nossa. Mas eu não sei, viu? Vêm poucos turistas de fora pro interior do Brasil. E, quando vêm, é mais pras grandes cidades e pro litoral. Eu acho que eles têm muito medo mesmo. Lá fora quando se fala de Brasil é só notícia ruim de violência e crise. E os turistas de fora mal sabem das coisas aqui. O povo aqui mal fala português. Imagina outra língua! (AT2)

Na fala de AT2, identifica-se que há pouco destaque internacional, de modo que os turistas estrangeiros chegam ao Brasil preferindo as grandes cidades e ignoram as pequenas cidades históricas do interior. Isso reflete a falta de preparo do País para receber visitantes, em especial aqueles que demandam o conhecimento de outro idioma. Em campo, foi possível identificar que a maior parte dos profissionais de serviços ignora os rudimentos mais básicos do inglês e do espanhol, por exemplo, e que as agências de turismo especializadas em destinos brasileiros não têm *sites* em inglês ou espanhol. Muitos hotéis e pousadas não estão presentes nas ferramentas de reservas globais e há despreparo quando estão diante de turistas internacionais. Assim, a baixa divulgação une-se à falta de informação, muitas vezes, no próprio lugar do turismo.

No *site* do Instituto da Estrada Real é possível encontrar uma breve história deste, além da distinção entre os quatro caminhos, mapas para *download* e dicas de sinalização, além das informações institucionais acerca do projeto, opções de escolhas de pacotes, passaporte, informações sobre serviços (o que fazer?, onde ficar?, onde comer? Como se divertir?),

roteiros e temas específicos como natureza, gastronomia e dados históricos. Todavia, algumas informações não são atualizadas, o que dificulta a experiência nos lugares, bem como a confiabilidade no destino.

De acordo com a visão de outros entrevistados, o maior benefício do projeto prende-se a valorização histórica de cada local e às informações encontradas no *site* do Instituto, como destacam TU1, TU6 e TU12.

O projeto trabalha bastante a história de todas as cidades. Isso é o mais bacana. Acaba que é uma aula de história dentro de cada cidade. Eu mesmo estou fazendo uma volta ao passado. Só que fora dos livros. Muito legal. [...] muitas informações eu pequi no site do instituto da Estrada Real e, quando cheguei aqui, pedi mais dicas dos lugares e do que fazer. (TU1)

É a minha primeira vez aqui. Estou amando a história da cidade, mas cada um conta uma coisa. Mas já tinham me falado que mineiro gosta de contar histórias. Aqui, todo mundo tem uma versão as coisas. É bem interessante encontrar essas pessoas e saber a visão deles dos fatos. Se é verdade, aí eu já não sei. (TU6)

O projeto é interessante para mostrar um pouco da história de cada cidade que compõe os caminhos. Acho que deu mais visibilidade pra cá. As informações e a divulgação no site ajudam, mas tem muitas coisas que só se descobrem aqui. E, na minha opinião, poderiam encontrar mais formas de divulgar. (TU12)

TU9 afirmou que gosta da rota por causa do número de cachoeiras e que optou por fazer o caminho de moto após ter tido acesso a um mapa da estrada, passando a usá-lo sempre que seguia pela estrada, chegando, até mesmo, a se perder, pois, segundo apontou, “ela é meio confusa”:

A estrada é boa. Tem um monte de cachoeira. A gente percorre isso tudo de moto. Um moço em São João del-Rei me deu um mapa da estrada. Depois disso a gente sempre usa para ir pela estrada afora. De vez em quando, a gente se perde. Tem estrada que é meio confusa. (TU9)

As cachoeiras e paisagens naturais são do interesse de grande parte dos turistas que buscam a Estrada Real, como afirma Diniz (2016). Apesar das mazelas em termos de divulgação relatadas pelos turistas, o autor explica que desde 2014 foi criado um projeto e que há aplicativos que mapeiam e disponibilizam informações sobre todas as cachoeiras

que ficam localizadas na rota turística da Estrada Real, abrangendo os estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro.

A criação desse projeto de mapeamento foi uma iniciativa de jovens mineiros que são apaixonados pelo turismo de aventura. Assim como muitos outros turistas que passam pela estrada, identificaram a falta de informações em relação às cachoeiras e demais paisagens, pontos turísticos naturais e, principalmente, de acesso a estes locais, devido à falta de sinalização e de dados nos aplicativos de GPS. A observação ocorreu quando começaram a se aventurar e percorrer as cachoeiras da região de São João del-Rei, onde moram (DINIZ, 2016).

O projeto de mapeamento das cachoeiras, apesar de não compreender uma ação dos governos, em suas distintas esferas, contribui com o projeto Estrada Real e poderia até ser integrado a este, uma vez que o objetivo do projeto é mapear as cerca de 500 cachoeiras que ficam ao longo dos 1.600 quilômetros dos três caminhos (Caminho Velho, Caminho Novo e Caminho dos Diamantes) da Estrada Real, que liga Ouro Preto a Parati (RJ). No entanto, o Caminho de Sabarabuçu também pode ser incluído no projeto, que teve sua primeira parte concluída no final de 2015, com o mapeamento de 180 cachoeiras do Caminho Velho, que liga Ouro Preto, na região central de Minas, a Paraty, no litoral do Rio de Janeiro.

Para ter acesso a essas informações basta baixar o aplicativo “Cachoeiras Estrada Real”, lançando em 2016. Todas as cachoeiras mapeadas estão descritas com vídeos e fotos e, ainda, há detalhadas informações sobre localização, tempo médio de caminhada para chegar até o local, nível de dificuldade para o acesso e altura da queda d’água, além de muitas dicas de segurança, inseridas com o intuito de facilitar e orientar visitantes. As rotas criadas pelos desenvolvedores do aplicativo foram marcadas com indicativo de bifurcações e sempre têm como ponto de partida a sede da Prefeitura Municipal dos 21 municípios visitados até o momento.

Declara Diniz (2016, p. 1):

O usuário ainda contará com o acesso a serviços e informações sobre pousadas e restaurantes da rota, além de bancos, postos de gasolina, telefones de emergência e contato dos guias e receptivos locais, tudo geolocalizado no mapa.

O aplicativo é gratuito e foi lançado para os sistemas operacionais Android e iOS. As cachoeiras situadas nos outros trechos do Caminho Novo e do Caminho dos Diamantes foram mapeadas em 2016. Porém, há ainda pontos a serem mapeados. Além das cachoeiras, o principal ponto do projeto envolve a arte, o apelo histórico e cultural. Isso levou um entrevistado a afirmar que o projeto se assemelha ao caminho de Compostela¹², salientando que no caso da Estrada Real há um apelo histórico, artístico e cultural mais forte, segundo este, chega a ser espantoso que muitos brasileiros sequer o conheçam, especialmente pela falta de divulgação da estrada:

O projeto é muito bom. Me lembra o caminho de Compostela. Mas aqui tem um apelo histórico, artístico e cultural muito mais forte. Me espanta saber que nem todo brasileiro conhece. A divulgação da estrada não é muito grande. Tenho feito algumas fotos aqui, até mesmo, para divulgar nas redes sociais. Acaba que incentiva as pessoas a viajarem para cá e explorar mais a região. (TU12)

Os turistas, os atores envolvidos com o turismo e os agentes públicos contribuem com o projeto ao fazerem fotos do local e ao divulgá-las nas redes sociais. Para muitos, o maior valor está no aspecto artístico do local, principalmente pela arquitetura das cidades e pela construção das igrejas, o que fica claro nos relatos de TU2, TU8 e AT2.

Leio constantemente tudo sobre a Estrada Real, mas com um olhar mais artístico, principalmente a arquitetura das cidades e a construção das igrejas. O projeto da Estrada Real tem evoluído gradativamente, mas muito lento ainda. Acho que o site tem melhorado, contendo mais informações, mas está muito aquém do potencial, principalmente por faltar informações do período pré-histórico, que temos muitos sítios arqueológicos na região, informações sobre a arte do local e as tribos indígenas. Tenho encontrado em alguns livros específicos, não sendo de conhecimento da população. (TU2)

¹² Os Caminhos de Santiago são os percursos dos peregrinos que afluem a Santiago de Compostela, desde o século IX, para venerar as relíquias do apóstolo Santiago Maior, cujo suposto sepulcro se encontra na catedral de Santiago de Compostela. A peregrinação foi uma das mais concorridas da Europa medieval, cuja importância só era superada pela Via Francigena (com destino a Roma) e Jerusalém, sendo concedida indulgência plena a quem a fizesse (CARNEIRO, S. S; 2007).

Eu venho pra cá só para fotografar. Tudo aqui dá foto boa. Qualquer cantinho que você vá, você consegue pensar e tirar uma foto. São registros pra uma vida. Ao fim do dia, tudo fica dourado. E com essa luz, as fotos ficam mais linda. Na verdade, tudo aqui vira arte. (TU8)

[...] eu já tenho um perfil no *Instagram* que eu divulgo as fotos do meu trabalho. Assim, é uma forma de divulgar e também das pessoas encontrarem o meu trabalho. (AT2)

De acordo com Delforge (2008), a Estrada Real, além de ser muito rica, é uma fonte de informações para pesquisa histórica do próprio caminho em si. Por exemplo, por meio dos sítios arqueológicos relacionados com a região, que, em alguns casos, não estão necessariamente ligados à estrada, mas estão em sua região. Os registros dos sítios arqueológicos de Minas Gerais ainda não são completos, até porque o território foi pouco explorado neste sentido, mesmo com todo o potencial que apresenta.

Estima-se que existe cerca de 20.000 sítios pré-coloniais em Minas Gerais, sendo que deste total apenas cerca de 800 estão registrados no Iphan e que outros 800 que, mesmo sem registro, já são conhecidos. Isso leva a crer que o levantamento arqueológico da região da Estrada Real revelaria ainda muitos outros sítios desconhecidos (DELFORGE, 2008). Ainda quanto às pesquisas arqueológicas da Estrada Real, adverte-se:

São conhecidas muitas citações históricas a respeito das origens deste caminho. No entanto não foram feitas ainda pesquisas arqueológicas para apurar a realidade histórica dos caminhos que originaram a Estrada Real. É possível que ainda existam vestígios destes caminhos indígenas, porém é difícil, mesmo com a técnica arqueológica, comprovar a idade de um caminho sem que se encontrem outros vestígios que não os próprios caminhos. A arqueologia histórica da Estrada Real já se torna muito mais concreta no sentido de que existem vestígios de seu percurso muito mais evidentes. Os trechos calçados, os registros, as pousadas descritas historicamente são pontos dos quais, na sua maioria, ainda existem vestígios arqueológicos (DELFORGE, 2008 p. 59).

A pousada do Capão do Lana é uma das mais importantes referências históricas da Estrada Real. Localizada no município de Rodrigo Silva, foi citada diversas vezes nos registros históricos. De acordo com Guimarães e Moreira (2011), foi considerada um expressivo núcleo de apoio aos viajantes e aos indivíduos que transitavam pelas Minas, sendo neste

período um local de relevância regional no século XVIII, havendo ainda vestígios remanescentes de quatro edificações, muros, arrimos, canais e currais, entre outros.

As ruínas da antiga pousada da Estrada Real, situada em ponto de ligação com outras antigas estradas, foi, segundo consta em registros históricos de viajantes, e ainda é frequentada por personagens ilustres da história brasileira. Um levantamento de informações acerca deste único sítio é capaz de fornecer uma ampla extensão de seu registro histórico, que pode ser utilizado como apoio à arqueologia da estrada Real (DELFORGE, 2008).

Guimarães e Moreira (2011, p. 14) afirmam:

O Capão do Lana foi um dos importantes tipos de pousos estabelecidos ao longo dos caminhos, favorecendo a circulação de pessoas, mercadorias e ideias. Tais pontos foram fundamentais também para o povoamento das áreas adjacentes, com destaque para Vila Rica, para onde convergiam as principais estradas de Minas durante os períodos colonial e imperial.

Torna-se necessário, então, realizar um levantamento cronológico a respeito deste importante sítio para a Estrada Real e para a história brasileira. Segundo Delforge (2008), acredita-se que foi construída entre 1711 e 1732, quando há a primeira informação confiável sobre o local de registro. Em 1789, constam registros da passagem do desembargador Tomás Antônio Gonzaga pela pousada, momento em que este estava sendo conduzido preso ao Rio de Janeiro, devido a sua participação na Inconfidência Mineira. Em 1807, o sítio é descrito pelo explorador John Mawe, ao relatar uma de suas viagens. Em 1811, passou pela pousada o barão W. L. Eschwege, fonte de referência para a história da mineração em Minas Gerais, o qual a menciona como uma boa pousada, pelos padrões locais.

O barão W. L. Von Eschwege escreveu sobre a citada pousada:

Subi o alto morro do Chiqueiro, de onde fui até Capão do Lana. [...] A principal jazida destas pedras [topázio] é a do Capão. [...] Encontra-se em Capão uma boa pousada

pelo padrão local [...]. Depois de almoçar naquela pousada, continuei minha viagem, andando 3 léguas até Vila Rica [...] (ESCHWEGE, 2002, p. 256-257).

Em 1816, registra-se a passagem de outro notável viajante pelo Capão do Lana, Auguste de Saint-Hilaire, que relatou a degradação ambiental que acometia Ouro Preto por conta da mineração. Em 1821, uma dupla de naturalistas esteve no local e registrou sua passagem pelo Capão, Spix e Martius, cujos nomes são referência no campo da história natural do Brasil. Na ocasião, os naturalistas descreveram parte significativa da fauna e da flora brasileira, realizando registros da etnologia, de estradas da época e da metalurgia, entre outros aspectos (GUIMARÃES E MOREIRA, 2011).

É importante destacar que em abril de 1822 deu-se a proclamação da Independência, em que dom Pedro I, em missão para pacificar os revoltosos de Ouro Preto, fez pouso no Capão do Lana, ali permanecendo por mais de um mês, proclamando-o como “Paço Imperial Provisório”. Desta pousada, mandou prender o governador rebelado, Pinto Peixoto, o qual foi conduzido ao Capão. Em 1833, durante o período de sedição, foi travada batalha na área da pousada após um longo cerco à cidade de Ouro Preto. Em 1842, ao longo da revolta liberal, de Teófilo Benedito Ottoni também esteve no local, comandando as tropas rebeldes, sendo vencido pelo brigadeiro Luís Alves de Lima e Silva (duque de Caxias), ficando preso em Ouro Preto. No ano seguinte, foi perdoado. Elegeu-se deputado e, anos depois, senador do Império (GUIMARÃES E MOREIRA, 2011).

A citada pousada, que hoje é um sítio arqueológico colonial, funcionou durante mais de dois séculos como pouso aos viajantes que percorriam a Estrada Real. Suas ruínas ainda não estão sendo pesquisadas amplamente de modo arqueológico, sendo protegidas pela mineradora que atualmente responde pela cava de topázio imperial que existe desde 1811 e que foi iniciada pelos proprietários da pousada na época. Para o agente de público entrevistado em Paraty, sítios arqueológicos coloniais chamam a atenção de muitos visitantes na Estrada Real:

[...] além de todo o turismo cultural e gastronômico que se encontra pela estrada, os sítios arqueológicos coloniais chamam bastante a atenção de quem visita algumas regiões por aqui. É interessante ver no local os vestígios de ocupação da antiga

ocupação humana. É muito importante para compreensão da história da humanidade preservar esses locais. (AP2)

A arqueologia da estrada Real é um atrativo turístico importante e ainda pode fornecer subsídios para pesquisas científicas sobre ela, completando as informações históricas e ainda enriquecendo o conhecimento acerca deste patrimônio, podendo atrair estudantes, já que há no local muitos subsídios para pesquisas acadêmicas. A arqueologia tem sido valorizada pela recente adoção de legislação ambiental que abrange a inclusão do meio ambiente cultural (por meio das Resoluções CONAMA 001, de 1986, e 337, de 1997) nos Estudos de Impacto Ambiental (EIA), que criou uma onda de descobertas, comparada àquela que aconteceu nos anos de 1970 com o desenvolvimento do PRONAPA, uma pesquisa sistemática de todo o território nacional. A relevância da arqueologia está na possibilidade de revelar fatos inéditos do passado. Por exemplo, quando foi feita a arqueologia da Casa Setecentista de Mariana, hoje sede do escritório técnico do Iphan, esperava-se encontrar vestígios de porcelanas sofisticadas, pois tal edificação foi ao longo de muitos anos residência de uma das famílias mais ricas da cidade. No entanto, os achados revelaram apenas louças comuns. Isso levou à hipótese de que a família não usava louças importadas, sofisticadas e caras ou, se acaso que existissem eram tratadas praticamente como tesouros, raramente usadas e sempre vigiadas com atenção (DELFORGE, 2008).

Cada cidade possui seus próprios atrativos. Para TU17, a Estrada Real é incrível e oferece indicação para todos os gostos. Todavia, mas há pouco incentivo por parte do governo do estado e das prefeituras de algumas das cidades envolvidas.

O projeto é bem legal. Dá para fazer trajetos incríveis e tem indicação para todos os gostos, mas não vejo muito incentivo por parte do governo do estado. As prefeituras de algumas cidades fazem o que podem, mas não é um projeto municipal. Poderiam juntar os três estados e fazer algo maior. (TU17)

Na visão dos entrevistados, o projeto movimenta economicamente as cidades, estimula a produção artesanal e traz consumidores para os produtos regionais da roça, por exemplo, o queijo de ótima qualidade, havendo até marca licenciada para os projetos e produtos regionais, conforme relatos de TU11, TU13, TU14 e TU18.

O projeto traz muita gente para as cidades, estimulando a economia das cidades. Traz mais compradores para os produtos da roça. Ainda mais, Minas, néh, tem muita produção de queijo de ótima qualidade. O projeto até licencia a marca para colocar nos projetos, mas acho que eles não divulgam tanto o produto com a marca. Não sei se conseguem vender mais com a marca da ER na embalagem. (TU11)

Eu acho uma proposta muito interessante para chamar a atenção do turismo e movimentar a economia das cidades que compõem os caminhos. E sem contar as quitandas que se vendem por aqui. É cada coisa gostosa! Coisa que só se encontra aqui em Minas. (TU13)

O projeto deveria ser só de culinária. Menino do céu! Aqui tem cada coisa gostosa! Meu carro nem vai caber o tanto que eu já comprei pra levar. Fora o que eu já comi aqui. Tem de produtos licenciados aos mais simples. Esses mais simples são os mais gostosos, viu. Gostosos e baratos. (TU14)

[...] comprei muita coisa gostosa. E, claro, não poderia faltar o famoso queijo mineiro. (TU18)

Dados do site oficial do Instituto Estrada Real revelam que os produtores de queijo da região do Serro¹³, por exemplo, firmaram convênio com o Instituto visando à certificação de duas variedades do produto, com o intuito de agregar valor, aumentando o apelo e o alcance dos queijos do Serro aos consumidores e turistas que vêm a Estrada Real. Isso mesmo que em caminhos distintos, considerando que o turismo no município ainda é incipiente e o Serro, com suas belezas naturais, poderia ser mais visitado. O queijo é produzido pelos 144 cooperados e maturado pela CooperSerro, em um ambiente especial (umidade e temperatura foram definidas por pesquisas desenvolvidas pela Universidade Federal de Viçosa).

O Queijo Minas Colonial, edição Estrada Real, é maturado por 25 dias, assim como o parmesão. Porém, preserva a consistência macia típica do queijo fresco. Sua produção conta com um fermento específico e é curado a uma temperatura mais elevada que a tradicional, gerando um sabor diferenciado.

Passar pela Estrada Real é uma aula de história de Minas Gerais e do Brasil, em contato direto com o que está registrado nos livros, pontuou um entrevistado. Outro concorda ao

¹³ A região do Serro faz parte de outro trajeto da Estrada Real, o Caminho dos Diamantes. O queijo do Serro teve sua receita tombada como Patrimônio imaterial de IEPHA (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2019).

afirmar que é um resgate do passado, promovendo o acesso e o conhecimento a história do Brasil Colonial.

É um projeto muito interessante. Acaba que movimenta a economia das cidades da Estrada. Vem muito turista pra essa região e isso é muito interessante, pois é uma aula. Na verdade, uma aula da história de Minas. E vir pra cá, acaba que a gente aprende no lugar, fora dos livros. (TU15)

Acredito que é um resgate do nosso passado. O projeto tem essa questão do turismo, que é muito bom. Faz com que o turista tenha acesso a nossa história, conheça mais das cidades e da história de cada uma. (TU18)

Segundo outra entrevistada, era seu sonho realizar os caminhos. Ele acabou se organizando para fazer dois caminhos de uma vez, fazendo o caminho inverso do Rio de Janeiro para Minas Gerais. Pontuou que são necessárias melhorias por parte do governo para esses locais. Outra compartilha do mesmo pensamento ao afirmar que poderia haver mais estrutura, o que aumentaria o turismo nessa região:

Estou realizando um sonho visitando tudo isso. Eu me organizei para fazer logo dois caminhos da Estrada Real, o Velho e o dos Diamantes, mas posso afirmar que precisa de melhorias por parte do governo, viu?! As pessoas são encantadoras. Os mineiros, então parecem personagem de livros de tão simples e acolhedores. Eu sou de São Paulo e não estou acostumada com tanto acolhimento. (TU16)

Tudo é muito bonito aqui, mas se o governo, de fato investisse de verdade em toda a estrada, isso aqui iria bombar. Nossa! É cada coisa linda que, se fossem mais trabalhadas, não teria Europa para concorrer com o turismo aqui. Tem muito valor cultural. (TU10)

O valor cultural da região, aspecto observado pelos entrevistados, atende àquilo pontuado por Costa (2005), que se trata de um local que compõe um grande marco histórico do período colonial brasileiro, com intenso fluxo de viajantes, dividindo-se em quatro caminhos: o Velho, o Novo, o dos Diamantes e o de Sabarabuçu. Além das belas paisagens culturais, é possível, ao visitar a Estrada Real, conhecer o patrimônio histórico, tanto material, quanto imaterial presente neste local, composto por elementos naturais e artefatos que conta com construções isoladas, além de vilarejos e vilas mineradoras que constroem a identidade do estado mineiro.

De acordo com Barbará, Leitão e Fontes Filho (2007), a iniciativa de criar o projeto foi feita por parte do governo do estado, via lei 13.173/1999, com o intuito de desenvolver o turismo. Ele foi aprovado em janeiro de 1999, levando à criação do denominado “Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real”, responsável por nortear as ações institucionais da Secretaria de Estado do Turismo.

A política de desenvolvimento turístico para a Estrada Real foi criada em um espaço considerado sede da ação, onde é possível processar o desenvolvimento econômico e sociocultural, sendo produto da herança histórica dos séculos XVII a XIX, por meio de um percurso que passa por 179 cidades e distritos, contando com 1.400 quilômetros de extensão, contemplando 163 do estado de Minas Gerais, 8 do estado do Rio de Janeiro e 8 do estado de São Paulo (BARBARÁ; LEITÃO; FONTES FILHO, 2007).

- **Motivações para a escolha de uma cidade**

Alguns turistas visitam cidades específicas do caminho, não percorrendo todo o trajeto. Nesse sentido, mostrou-se importante inquirir sobre o motivo para a escolha da cidade. Foram identificadas distintas motivações, como, curiosidade, esporte, religiosidade, pesquisa, aventura, vontade de conhecer a história. Outra motivação for ser morador da região e optar pelo passeio em locais próximos.

TU1 afirmou que reside em São Paulo e que é filha de mineiros e ama o estado de Minas Gerais. Sempre que possível, viaja para Minas trazendo consigo pessoas para conhecerem. Desta vez, levou o noivo, que não conhecia o estado:

Eu sou de São Paulo, mas meus pais são de Minas Gerais. E eu amo Minas Gerais. Então, sempre que posso, eu venho pra cá. Desta vez, vou ficar mais dias, pois estou de férias e estou com meu noivo, que é a primeira vez que ele vem. (TU1)

Um entrevistado ressaltou que após participar de um campeonato esportivo pesquisou mais sobre Congonhas e descobriu que na cidade há esculturas de Aleijadinho, despertando o

interesse em conhecer as igrejas, os apóstolos, e então frente a oportunidade das férias veio até ela, achando-a linda.

Em 2016 participei de um campeonato de bike na cidade, mas não tive muito tempo para conhecer a cidade. Aqui tem vários campeonatos. Depois que fui pesquisar sobre a cidade e descobri que tem várias esculturas de aleijadinho. Fiquei doida para conhecer esta igreja com os apóstolos, ai vim nas minhas férias. Ela é linda! (TU2)

O interesse na arquitetura e na arte é comum a muitos entrevistados. Destacam-se os relatos de TU1, TU6, TU10 e TU16.

Eu amo essas igrejas! Você já foi em todas? E a de São Francisco de Assis? Nossa! Que coisa linda, né? Meu Jesus Cristo! Até parece que Deus está dentro, né. Agora, você imagina fazer essas coisas tão lindas naquele tempo, sem muitos recursos!... Meu Deus! É muito lindo. E tudo isso é nosso e arte nossa. (TU1) [Visita a Ouro Preto]

Eu sou muito católica, sabe e as igrejas iguais a essas aqui não tem em lugar nenhum. Não tem, não. A arquitetura daquela época é fascinante! Eu prefiro as coisas daquele tempo do que as de hoje, tudo moderno. Eu não gosto. Eu prefiro tudo de antigamente. Até as roupas. (TU6) [Visita a Tiradentes]

A arte é uma coisa presente em todo caminho. Não só pelas igrejas e esculturas, mas pelo cenário todo. Tudo se junta e vira arte. Realmente, é muita riqueza nesses caminhos. (TU10) [Visita a Baependi]

Eu vim pagar mais uma promessa. E, toda vez que entro naquela igreja é uma emoção. Eles construíram ela tão linda que parece que estou no céu tamanha é a minha emoção lá dentro. (TU16) [Visita a Passa Quatro]

TU6 participou de um evento cultural em São João del-Rei e teve o interesse em conhecê-la mais, e assim ficou por mais alguns dias:

Vim para um show ontem. Aí acabei passando o fim de semana aqui. Mas sempre venho para cá. Minha turma curte passar o fim de semana aqui quando dá. (TU6)

TU3, que afirmou já conhecer Tiradentes, resolveu aproveitar um pouco mais e conhecer outras localidades de Minas Gerais:

Vou muito a Tiradentes. Amo aquela cidade! Dessa vez, resolvi subir um pouco mais, pois recebi várias encomendas de rocambolê, típicas daqui. Minha família adora o rocambolê de doce de leite e abacaxi. Além disso, eu passei por uma cirurgia de retirada de mama. Eu estava com câncer e fui curada. Agora vou no santuário da Nossa Senhora da Piedade para agradecer. (TU3) [Visita a Lagoa Dourada]

Há distintos interesses e motivações para a visitação. Há cidades do caminho, como Tiradentes, que promovem festivais de cinema, fotografia e gastronomia, o que gerou o interesse em um dos entrevistados, o qual afirmou ter maior paixão pela cidade. Segundo TU8, em geral, opta pela Estrada Real para fotografar e participar de eventos, onde acaba por fazer amizades e voltar outras vezes. As amizades foram apontadas como motivação por outro entrevistado. Alguns visitam a região pela segunda vez e optam por esse roteiro devido ao ecoturismo, como é o caso de TU7, que visitou a cidade devido ao interesse em cavalgar:

Cruzília é a terra do Mangalarga, os melhores cavalos do Brasil. Aqui tem até museu da raça. Pessoal chega até percorrer o caminho da Estrada Real de cavalo. Eu tenho esta intenção também. Fazer esse caminho todo com calma um dia e ir parando em cada lugarzinho desses. Mas, por enquanto, vou cavalgar por aqui mesmo. (TU7)

Para TU14 e TU9, o interesse religioso também despertou o interesse pela visita à região.

Eu sou muito religiosa. Muito religiosa mesmo! Como eu estou de férias, eu vim mais uma vez para agradecer a Deus, ir no Santuário de Nossa Senhora, ir nas missas na catedral de Santo Antônio. Vou sempre na casa do Frei Galvão, na gruta de Nossa Senhora de Lourdes, que eu sou devota também. (TU17) [Visita a Guaratinguetá]

Eu vim mesmo para pagar minhas promessas. Sou muito devota e venho mesmo pela religião. As igrejas daqui são maravilhosas! (TU7) [Visita a São João del-Rei]

Os caminhos da Estrada Real oferecem atrações religiosas que estão entre os destinos escolhidos pelos turistas em busca de experiências ligadas à fé ou à esperança. O interesse no turismo religioso é tamanho que foi criado o Caminho Religioso da Estrada Real (CRER), desenvolvido pela Secretaria de Estado Turismo de Minas Gerais, em parceria com o Instituto Estrada Real, o qual foi inspirado no Caminho de Santiago de Compostela, que fora, inclusive, comparado por um dos entrevistados.

[...] eu soube aqui mesmo que tem o CRER, que é o caminho religioso dentro da Estrada Real. Mas esse não vai até o Rio. Esse é só em Minas e São Paulo. Pra quem acredita e tem fé vale muito a pena. Eu acho que é bem parecido como o caminho de Santiago de Compostela, na Europa, que tem os peregrinos de todo mundo. (TU1)

O CRER será a maior rota de turismo religioso do Brasil, ligando o Santuário Estadual Nossa Senhora da Piedade (Caeté-MG), ao Santuário Nacional de Aparecida (Aparecida-SP), passando por 32 municípios mineiros e 6 paulistas, com um percurso total de mais de mil quilômetros. O turismo religioso é valorizado desde o período colonial. Contudo, a ideia surgiu em 2001, quando dois caminhantes, com o apoio do Instituto Estrada Real (IER) e da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), percorreram, em 36 dias, toda a Estrada Real, identificando as principais necessidades para sua consolidação (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2017).

Entre 2002 e 2004, após rigoroso processo de levantamento e de demarcação, foram fixados os marcos sinalizadores. O trajeto pode ser percorrido a pé, de bicicleta ou a cavalo, entre outros, sendo ainda possível a peregrinação com prestação de serviços qualificados para atender os visitantes/peregrinos em uma única viagem ou por etapas, de acordo com sua disponibilidade. O CRER foi inaugurado em setembro de 2015, com a Romaria 550, que partiu do Santuário da Piedade, chegando com os participantes (cavaleiros, ciclistas e pilotos de *off-road*), em seis dias, ao Santuário Nacional de Aparecida, onde foi celebrada missa solene em recepção aos romeiros e ao reconhecimento do CRER (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

O trajeto foi todo sinalizado por meio de totens instalados em locais estratégicos. Tal sinalização visa garantir a segurança no caminho, que conta 22 quiosques, 38 paraciclos, escada de acesso, passarelas, 64 placas informativas, 1.771 totens indicativos e 119 placas de advertência, entre outros recursos (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2017). TU11 ainda afirmou ter buscado uma das cidades que compõem o Caminho Velho devido ao balneário hidroterápico, por gostar de tratamentos estéticos:

Nós estávamos no Rio e decidimos vir pra essa região de Minas. Aqui nos chamou a atenção o balneário hidroterápico. Nós adoramos tratamentos estéticos. Que mulher que não gosta? Quero aproveitar muito. Sem contar que é lindo lá. Cada coisa de época! E passou por uma reforma. Está muito lindo. Ai, como estávamos perto, viemos (TU11) [Visita a Caxambu]

No balneário informado pela entrevistada, há informações descritas em seu espaço interno de que se trata do maior complexo hidromineral do mundo, com mais de 12 fontes e propriedades medicinais, abrangendo uma área de 210 mil metros quadrados. Trata-se de uma opção para quem deseja relaxar, ao invés de participar de esportes radicais, ou explorar os artigos históricos e de arte de Caxambu.

TU17 afirmou que chegou ao local em razão de um compromisso profissional em Passa Quatro, quando aproveitou para conhecer Itamonte:

Eu tinha um compromisso em Passa Quatro e aproveitei para conhecer Itamonte, com o intuito de turismo mesmo. (TU17)

TU16 afirmou que realizava uma viagem para fins científicos, para colher dados na cidade acerca da Revolução de 1930 e da Revolução de 1932, para sua dissertação de Mestrado.

Estou fazendo uma coleta de dados aqui na cidade. Estou pesquisando sobre a Revolução de 1930 e Revolução de 1932. Assim, como você, eu estou em campo para este objetivo. (TU16)

TU16 declarou que durante a revolução de 1930 e a Revolução de 1932 Itanhandu serviu de força de resistência contra a invasão paulista ao território mineiro. Ambas foram de curta duração, entretanto mudaram os rumos do País. A primeira deu o poder a Getúlio Vargas, candidato derrotado à Presidência, alegando fraudes no processo eleitoral, dominado por velhas oligarquias. De São Paulo eclodiu o movimento de 1932, exigindo o fim do governo provisório de Vargas e a convocação de novas eleições. Nos dois acontecimentos, a cidade ficou exposta a conflitos armados entre Minas Gerais e São Paulo, em vista de sua posição estratégica de fronteira.

Ao longo desta pesquisa, muito se viu falar da busca por cultura, que de acordo com Gastal (2002), é uma antiga motivação para o turismo. Já para a Organização Mundial do Turismo (OMT) a atividade turística é um produto da sociedade capitalista industrial. Funari e Pinsky (2003) definem turismo como um deslocamento de pessoas de seu domicílio cotidiano, pelo período mínimo de 24 horas, com o intuito de retorno (o que pode, ainda, incluir que essa

viagem tenha ainda fins de trabalho, aprendizado e aperfeiçoamento profissional). Ou seja, o turismo compreende um câmbio de residência temporário e voluntário (MOESCH, 2000).

Quanto à motivação para viajar, as respostas dos entrevistados foram corroborados por Pádua (2007): ecoturismo, excursionismo, turismo tradicional/convencional, turismo histórico/cultural, turismo (busca) de aventura, turismo de eventos/negócios, turismo ecocultural/ecológico, turismo para fins de pesquisa ou educacional, turismo religioso/esotérico, turismo gastronômico, turismo rural e turismo de praia. Assim, ainda de acordo com a autora, quanto à Estrada Real em si, o turismo cultural e o histórico são os destaques, com base no período minerador do Brasil colônia, que contam com diversos outros atributos e atrativos além da paisagem como uma de suas maiores atrações.

Dias (2003) declara que o turismo religioso pode ocorrer em maior ou menor grau, seja pelo interesse e crença do turista no aspecto religioso em si, que, em geral, visa atender a suas necessidades na busca pelo contato com o divino, sendo este no Brasil rico e plural, graças às tradições do catolicismo trazidas pelos portugueses, que podem ser elitistas ou populares.

Em outro momento da entrevista, foi questionado aos entrevistados se já tinham visitado outra cidade que compõe os caminhos da Estrada Real. A maioria respondeu que conhecia algumas das cidades que fazem parte da Estrada Real, aspectos ilustrados com os relatos apresentados a seguir:

Sim. Além de Ouro Preto, já fui em Diamantina, Serro, Caeté, Marina, Milho Verde, Tiradentes, São João del-Rei e Carrancas, e quero muito ir a Paraty, no Rio. (TU1)

Conheço, Diamantina, Serro, Ouro Preto, Mariana Tiradentes e São João del-Rei. E quero muito ir a Carrancas. (TU2)

Já fui ao Rio de Janeiro, que também faz parte, né, a cidade do Rio de Janeiro. E conheço também o Santuário de Nossa Senhora da Aparecida e agora estou visitando essas no sul de Minas. (TU15)

Serro, Diamantina, Ouro Preto, Mariana, Congonhas, São João, Tiradentes, essas aí. (TU3)

Já fui em umas aqui em Minas. As famosas, que é Ouro Preto, Mariana, Diamantina e Tiradentes. (TU11)

Já. Em Minas eu já fui umas vezes lá. Já fui em Ouro Preto, Mariana, Tiradentes, em algumas cidades no Sul, que fica mais próximos de São Paulo. (TU18)

TU5 afirmou já ter percorrido todo o Caminho dos Diamantes, junto com sua esposa, e que deseja, posteriormente fazer o Caminho Velho. Relatou ter conhecido as cidades de Viçosa, Ouro Preto e que está a caminho de Lagoa Dourada, Entre Rio de Minas e Mariana.

Um monte, o Caminho dos Diamantes todo. Coloco minha mulher na garupa, e vamos pela estrada afora. Demora um pouco, pois a gente vai parando, mas nós chegamos lá. Agora tamo fazendo o Caminho Velho. Fomos de Viçosa até Ouro preto e estamos descendo. Já foi Lagoa Dourada, Entre Rio de Minas. Ah! foi Mariana também. (TU5)

Ouro Preto, Mariana, Congonhas, Tiradentes, São João del-Rei e Paraty estão entre as cidades mais conhecidas.

Visitei, Tiradentes, São João del-Rei, Ouro Preto e Marina. (TU3)

Ouro Preto e Mariana. (TU4)

Já visitei São João del-Rei, Paraty, Ouro Preto e Mariana. São umas belezas! (TU9)

Já fui em algumas: São João, Tiradentes, Ouro Preto e Mariana. Mas vou mais a Ouro Preto. No frio lá é uma delícia! E lá têm muitos turistas. E gente de fora também. É uma cidade pequena, mas muito movimentada. (TU10)

Ouro Preto foi a primeira que eu conheci. Mas já voltei lá muitas vezes. Aí, já conheci, Mariana, que é do lado. Desci pra São João del-Rei, Tiradentes, Carrancas. (TU14)

Ouro Preto, Mariana e Tirantes. (TU10)

TU13 optou por cidades próximas, para descansar em período de férias:

Sim, as que ficam aqui perto mesmo, pois vim para ficar mais em Pouso Alto, para descansar nessas férias. (TU13)

Em geral, os turistas conhecem as cidades mais próximas ou que estão no caminho para um destino específico. Mas, por despertarem seu interesse, acabam parando e visitando. Entre os entrevistados, alguns afirmaram já terem percorrido várias cidades dos quatro caminhos reais. As falas podem ser observadas a seguir:

[...] eu já visitei muitas cidades em Minas, mas não sei se todas pertencem ao caminho ou não. Já fui em Ouro Preto, Mariana, Tiradentes, São João del-Rei, Sabará, Juiz de fora, Guanhães, Lagoa Dourada, Serro... Um tanto eu já fui. (TU18)

Em Minas, já visitei Ouro Preto, o parque do Caraça, serra do Cipó, mas não sei ao certo se fazem parte do caminho. Vindo para Carrancas, parei um pouco em São João del-Rei e Tiradentes. (TU8)

Sim. Além de Ouro Preto, já fui em Diamantina, Serro, Caeté, Mariana, Milho Verde, Tiradentes, São João del-Rei e Carrancas e quero muito ir a Paraty, no Rio. (TU1)
Já fui em algumas cidades que compõem os outros caminhos, como, Diamantina, Sabará, Serro, Caeté, Mariana, Carranca, Tiradentes e Rio de Janeiro. (TU6)

É possível observar que as cidades mineiras são fonte de interesse dos turistas, principalmente as históricas e onde há belezas naturais. Se já há interesse sem o devido investimento em divulgação, com investimentos e infraestrutura essa situação poderá ser ainda melhor, com a ampliação do número de turistas, o que favoreceria a situação econômica dos municípios.

- **Caminhos que compõem a Estrada Real**

Os participantes da pesquisa foram indagados se conheciam ou já tinham ouvido falar de outros caminhos que compõem a Estrada Real. TU3, TU9, TU10, TU11 responderam negativamente.

Pra mim, é um caminho só. Não? Estrada Real tem mais caminhos? (TU3)

Não, não conheço. É uma estrada só. Não? Eu não conheço muito, mas não é uma coisa só? (TU9)

Não. Não é uma estrada só ligando todas as cidades? Eu acho que é uma estrada só. (TU10)

Não conheço. (TU11)

Já outros demonstraram conhecer mais de um caminho.

O Velho, o Novo e o do Diamante, né?! (TU2)

O caminho Velho e o Novo. No projeto, tem mais caminhos aqui em Minas? (TU3)

Tem um caminho aqui em Minas e outro no Rio de Janeiro. Isso? (TU16)

Tem uma parte do Caminho que passa até em São Paulo. São dois. (TU17)

O Caminho Novo, de Ouro Preto a Diamantina, e o Velho, de Ouro Preto a Paraty.
(TU18)

TU4 e TU11 demonstraram saber que há caminhos que vão direto ao estado do Rio de Janeiro, mas não souberam dizer.

Sei que tem um caminho que chega até o Rio, pois era lá que saía o ouro pra Lisboa, né? (TU4)

São dois caminhos: de Ouro Preto para Paraty e de Diamantina pro Rio de Janeiro.
(TU11)

TU18 afirmou que conhece bem os caminhos, inclusive o Religioso, que também foi citado por outras entrevistadas como seu preferido, englobando Aparecida e Caeté.

Já ouvi falar, sim. O que eu gosto mais é o Caminho Religioso, que engloba Aparecida em São Paulo e Caeté. Todos vão pela fé (TU18).

TU18 apontou que acompanhado da esposa já fez o Caminho dos Diamantes e pretende fazer o Caminho Velho e Novo. E também, citou “o Caminho Pequininim” (referindo-se ao Caminho Sabarabuçu), pois não se lembrava do nome:

Já. Tudinho. Eu e minha mulher queremos fazer tudo, o Velho, o Novo. O do Diamantes já fizemos, né, amor!? Ah! Tem também o Caminho Pequininim. Não lembro o nome. No ponto do selo na carteirinha, eles falaram do Caminho Santo também. É mais carimbos e mais estrada para fazer. (TU5)

O passaporte do projeto ainda inclui o Caminho Religioso, que não compõe a Estrada Real.

TU1 afirmou ter conhecido e estudado o projeto, pois deseja conhecer mais cidades próximas e fazer o Caminho Religioso e ir até Diamantina.

[...] já conheci, sim. Estudei o projeto, até mesmo para saber se tem mais cidades perto daqui. Agora, quero conhecer algumas do Caminho Religioso e subir até Diamantina. (TU1)

De acordo com Costa (2005), a Estrada Real compõem-se de quatro caminhos: Caminho Velho, Caminho Novo, Caminho dos Diamantes e Caminho de Sabarabuçu. Dados do Instituto Estrada Real revelam que este é composto por 179 municípios, todos atravessados pelos caminhos que constituíam as estradas que ligavam Paraty (RJ) a Ouro Preto (MG), Rio de Janeiro (RJ) a Ouro Preto (MG), Ouro Preto (MG) a Diamantina (MG) e o caminho Sabarabuçu, alternativa entre Ouro Preto, no Caminho Velho, e Barão de Cocais, no Caminho dos Diamantes, que se constitui a um prolongamento de 150 quilômetros do Caminho Velho até a serra Sabarabuçu, ou Serra Piedade, como hoje é conhecida (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015).

As entrevistas deixaram claro que ainda há muito a divulgar sobre os trajetos da Estrada Real. Há turistas que estão em visitas às cidades por curiosidades específicas, mas não por conhecerem o trajeto, em parte ou por completo. Isso indica que há um potencial turístico não explorado, seja por falta de treinamento da população, de direcionamento de recursos ou de ações governamentais, conforme discutido no subcapítulo que segue.

b) Governo e (des)governo no percurso da Estrada Real

A partir das questões acerca dos conhecimentos dos entrevistados sobre a Estrada Real, identificou-se que os conhecimentos acerca do projeto são razoáveis. A partir desta percepção, buscou-se compreender a influência das ações governamentais sobre o interesse dos turistas em conhecer este local. Nesse aspecto, os turistas foram questionados sobre a recordação mais recente da última campanha promovida pelo governo sobre a Estrada Real. TU2, TU12 e TU17 não se recordaram de nenhuma campanha. Outro afirmou não saber responder, pois foi até o local apenas com o intuito de conhecer uma igreja histórica e rezar.

Não. Não lembro e nunca vi campanha por parte do governo. Acredito que lá no início divulgaram alguma coisa, mas hoje em dia eu não vejo nada, não. Tudo que eu sei é porque eu pesquiso, mas poderia ter mais campanhas, sim. Mas governo, já viu, né?! (TU2)

Eu estou aqui para conhecer uma igreja que sempre quis conhecer. É minha primeira vez aqui. Não sei de nada do governo. Propaganda? Eu não sei, não. (TU12)

Por parte do governo, eu não conheço nada, não. Já vi reportagens na televisão e na internet. Até em novela passa muitas coisas de Minas Gerais, mas campanha por parte do governo incentivando a conhecer a estrada eu não vejo. (TU17)

Quanto à falta de promoção acerca do Projeto Estrada Real, TU6 apontou:

Vejo muita divulgação das cidades de Minas, da culinária e da cultura mineira, mas em especial da divulgação dos caminhos vejo poucas coisas. Acredito que poderia ter uma promoção maior, pois tem muito o que explorar e movimentar a economia das cidades com o turismo. Isso aqui é uma mina de ouro para o turismo. (TU6)

TU18 declarou que assistiu a um documentário sobre a Estrada Real no canal TV Cultura:

Vi um documentário sobre a Estrada Real na TV Cultura, mas isso não é do governo, não. (TU18)

A maioria afirmou ter obtido informações na internet, sendo esta considerada a principal fonte de informações e entretenimento na atualidade. TU11 chegou a afirmar que não assiste mais TV ou lê jornais. Busca tudo na internet. Porém, já encontrou uma matéria em uma revista durante uma viagem de avião.

Eu não sei se é do governo, mas eu vejo algumas coisas quando eu busco na internet. Eu não vejo muita televisão e nem leio jornais. Tudo hoje eu procuro na internet. E uma vez eu encontrei uma matéria da Estrada Real na revista do avião. Tinhas as fotos das igrejas, das comidas e das festas que tinham. (TU11)

[...] tudo que eu sei dessa estrada é o que eu já pesquisei na internet. Nem na escola, na época que eu estudava, eles falavam isso. E é antigo, né?! (TU5)

Hoje me dá, tudo é no computador. Tudo se conhece por lá. Mas o governo poderia fazer propaganda lá também. Não sei. (TU13)

Há quem não compreenda a relação do governo com o projeto. Houve quem afirmasse nunca ter visto nada acerca do projeto na televisão ou no rádio, mas que conheceu sobre o projeto em eventos de corridas e, após isso, buscou mais informações na internet (*site* de busca Google), onde encontrou o próprio site do Instituto da Estrada Real:

Confesso que nunca vi. O que fiquei sabendo é que existia o caminho através das corridas e depois busquei no Google e achei o site da Estrada Real, mas confesso que nunca vi na TV ou rádio sobre o projeto. (TU8)

Cara, o governo não faz muita coisa, não, para divulgar. Ele só coloca algumas placas. Acho que eles vendem a marca para colocar em alguns produtos e eventos, mas de propaganda é quase zero. (TU6)

[...] não sei de campanha, não, moço...! A mulher do posto onde pegamos a carteirinha e que deu a orientação para gente. Algumas cidades são difícil demais da conta para achar o posto de carimbo, misericórdia! Mas nunca tinha ouvido falar. não tenho visto mais nada sobre isso também. (TU5)

A maioria dos entrevistados entende que o Governo parece não estar muito envolvido com esse tipo de promoção, pois sequer é lembrado por eles. No entanto, há muito conteúdo na internet, sinalização nas estradas e menção em pesquisas e trabalhos acadêmicos.

Especialmente quanto à divulgação TU7 afirmou que sua profissão proporciona o conhecimento acerca de circuitos turísticos culturais.

[...] Como trabalho com arte, acabo que vejo restaurações em andamento, grupo de *WhatsApp*, colegas que compartilham alguma coisa, mas por parte do governo não recordo. Muito pelo contrário, vejo raridades que não têm cuidado algum. Tudo nesse País é muito difícil. (TU7)

Foi possível identificar que outra forma de divulgação entre os entrevistados foi o chamado “boca a boca”, principalmente por meio de grupos do aplicativo *WhatsApp* que abordam temas relacionados, como ecoturismo. Há uma divulgação importante com o *slogan* (escudo verde com as iniciais) da Estrada Real pelas cidades e em produtos, o que corrobora o que foi pontuado por um dos entrevistados TU16 quando afirmou que nos demais estados não há muita divulgação. Porém, ao visitar uma das cidades da estrada, a pessoa passa a saber do projeto, despertando o interesse pela busca de mais informações na *internet*. Por exemplo, quando algum famoso, ao visitar o local, divulga fotos e o cita.

Eu não sou daqui. Talvez por isso eu não saiba. Mas no meu estado não tem nada de divulgação do governo incentivando o turismo na Estrada Real. Quando cheguei aqui, vi o símbolo da Estrada Real, o mapa dos caminhos e histórias da cidade. (TU16)

Assim, o entrevistado TU17 sugere que o ideal seriam divulgações em todo o país, o que desenvolveria de fato o turismo pela Estrada Real.

Por parte do governo, eu nunca vi. Mas poderia ter uma campanha e divulgação de nível nacional. Seria bem interessante para desenvolver, de fato, o turismo pela Estrada Real. (TU17)

Guerra Oliveira e Santos (2003) entendem que é possível afirmar que, mesmo havendo leis em prol do desenvolvimento turístico da Estrada Real, por meio do programa que leva o mesmo nome, como a Lei 13.173/99 (Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real) e o Decreto 41205/00, a divulgação do projeto foi temporária.

As leis e normas citadas estabeleceram que a TURMINAS¹⁴ seria o órgão gestor do Programa, com a assessoria do Conselho Consultivo, composto por doze membros, nomeados pelo governador do estado, e sob presidência do secretário de Estado do Turismo, o que gera planejamento e política pública da Secretaria de Estado do Turismo, visando divulgar e explorar de forma sustentável o projeto.

Para garantir uma adequada divulgação, houve o repasse de recursos financeiros de R\$1.222.925,75, com o intuito de promover ações de elaboração do diagnóstico e produção de revista trimestral, vídeos, guia turístico e site na internet da Estrada Real. Tais movimentos compreendem ação política da FIEMG, por meio da Embratur, e do Convênio 205/00. Contudo, a produção de material de divulgação não se perpetuou, prejudicando a expansão do turismo do e como o conhecimento sobre ele para as demais regiões do Brasil (GUERRA; OLIVEIRA; SANTOS, 2003).

A partir desse contexto, torna-se importante analisar as ações, em especial as campanhas, que efetivamente aconteceram em prol do desenvolvimento do turismo na região.

¹⁴ A denominação “Empresa Mineira de Turismo” e a sigla TURMINAS são expressões equivalentes, podendo ser usadas, indistintamente. A TURMINAS tem por finalidade implementar, executar e fazer executar a política estadual de turismo. DECRETO 43.075/2002, de 09/12/2002.

- **Campanhas efetivas em prol da promoção do turismo na Estrada Real**

Os entrevistados foram questionados se acreditam na efetividade das campanhas em prol da promoção do turismo na Estrada Real. A maioria afirmou não saber se as campanhas são efetivas. A *internet* foi citada como a maior fonte de dados, conforme as falas a seguir:

Não, porque tudo que eu procuro é na internet. Eu não sei se é o governo quem faz, mas, com certeza precisa ser mais bem divulgada. Acho muito pouco caso, porque tem um potencial pro turismo, mas não exploram de forma adequada. Precisam melhorar, e muito. (AT1)

Por não ter visto nenhuma campanha, acredito que a divulgação é baixa. O que eu sei é o que já vi na internet o que algumas pessoas postam. (TU11)

[...] diante do porte da Estrada, poderia ser maior a promoção, porque é de interesse do governo ter mais economia nas cidades da Estrada Real. E o turismo, quando trabalhado direito, traz isso. (AT2)

Se não fosse a internet, eu não saberia de nada, porque do governo eu não conheço nada de promoção da Estrada Real. (TU5)

Os entrevistados desconhecem a origem do domínio dos *sites* ou a autoria das publicações citadas, havendo considerações como “pouco interesse do governo para tal”, mesmo diante de todo o potencial turístico da região, sem a adequada exploração ou investimento que pode ser melhorada.

TU1 afirmou que desconhece tais promoções:

Então! Eu nunca vi nenhuma promoção. Ainda mais aquelas de “conheça a Estrada Real”, “Descubra o caminho do ouro”. Nada disso. Chegando em Minas que vi alguns produtos e lugares com a logo da Estrada. Na televisão, eu nunca vi nada, não. E o governo gosta de divulgar as coisas lá, porque todo mundo vê. Igual quando o presidente vai falar, ele fala na televisão. Eu nunca vi nada. (TU1)

TU1 afirmou que não viu promoções ou propagandas e que soube por pessoas com interesses comuns que divulgam entre si e promovem os caminhos. É consenso que a ampliação da divulgação do circuito em mídias de massa ampliaria o conhecimento e o interesse dos turistas, conforme afirma TU10.

Propagandas na TV ajudaria muito na promoção do turismo aqui. Precisa contar a história e principalmente, a histórica do Barroco mineiro. É belíssimo. (TU10)

Especificamente sobre a cultura mineira, é possível sublinhar algumas ocorrências que apontam para esta direção. Em 2001, teve início o programa Terra de Minas, exibido pela Rede Globo Minas, primeiramente aos domingos no início da manhã, passando, em seguida, para um horário mais nobre: sábados às 14h. A cada semana uma região é focalizada sob diversos aspectos, inclusive o da culinária local. Nos dias que antecedem cada episódio, a emissora veicula chamadas em que anuncia ao telespectador o tema da semana. O novo programa da emissora, “Rolê das Gerais”, que estreou em 21 de setembro de 2019, destaca a vida e a rotina nas mais de 185 favelas de Belo Horizonte e a cultura mineira nesses locais.

Outro programa de televisão, este veiculado desde 2003 e que já está na décima quarta temporada, transmitida pela TV Alterosa, é a Viação Cipó, aos domingos, às 10h com reprise no sábado, às 8h30, que valoriza o resgate da identidade cultural de Minas, as paisagens do estado, as tradições da cultura, culinária, curiosidades, além de registrar suas riquezas materiais, naturais e imateriais.

Em contato com os entrevistados, foi possível constatar que algumas pessoas que gostam de fazer trilhas de bicicleta ou moto são as principais interessadas em conhecer e divulgar o projeto. Porém, afirmam que é necessário divulgar mais o projeto por parte do estado, prefeituras, comércios e hotéis e que deveria haver mais incentivo ao turismo e investimentos na infraestrutura destes locais, chamando a atenção do turista e oferecendo uma boa estrutura ao recebê-lo, conforme as falas a seguir:

[...] que nada! Só a galera de aventura, que curte bike, 4x4, que divulgam entre si e promovem os caminhos. (TU5)

Ah! Moço, eles não falam muita coisa, não. Até na cidade que faz parte do caminho não vejo quase nada. Tem cidade que vejo uma galera percorrendo também, moto, bicicleta, mas no frio vejo um pouco menos. Não é todo mundo que guenta o frio aqui, não. Acho que deviam divulgar mais: a prefeitura, bares, hotéis, tv. Quase ninguém fala sobre as trilhas daqui. Deviam divulgar mais. (TU8)

[...] eu já rodei aqui tudo de moto. Eu e minha namorada. Todo fim de semana, a gente se organiza e conhecemos um lugar novo aqui no estado. Mas merece ser mais divulgado. A gente tem muita dica dos outros motoqueiros que fazem trilha por

aqui também. Se o governo investisse na divulgação e manutenção, ficaria show de bola. (TU5)

A Estrada Real é de interesse de muitos cicloturistas. As visitas poderiam ser realizadas nos moldes do cicloturismo¹⁵, de forma totalmente autônoma, levando em torno de nove dias consecutivos, uma vez que utilizam-se bicicletas "leves". O viajante tem como opção de pouso dormir em barracas ou em pousadas. Quanto ao turismo ao longo da Estrada Real, observa-se que não há organização nem parceria entre as prefeituras. Seria um bom investimento trabalhar em conjunto em prol do desenvolvimento local por meio da expansão do turismo e do ecoturismo.

Observa-se então, de acordo com o que já fora explanado na seção anterior, que ocorreram entre 2000 a 2003 muitas campanhas com os fundos recebidos para este fim direcionados à Estrada Real. Porém, na atualidade percebe-se que se, de fato, há campanhas efetivas, elas não foram percebidas pelos entrevistados ou não são eficazes, já que as formas comuns são o acesso por conta própria das pessoas ao site oficial e não oficiais, perfis de visitantes ou contato com outros.

- **A promoção das cidades do Caminho Velho da Estrada Real**

A falta de investimentos em propagandas ficou evidente na seção anterior. Outro ponto indagado aos entrevistados refere-se a promoção das cidades que compõem o Caminho. Foi questionado se eles acreditavam que as cidades recebiam ações de promoção e divulgação. Todas as respostas confirmam que as cidades recebiam pouca ou nenhuma promoção, como evidenciam as falas a seguir:

Não. Não estão. É muito fraco a promoção e divulgação. Parece que só fizeram no início e depois nunca atualizaram mais nada. Precisam de mais gente empenhada (AT1)

Não. Não estão. Em algumas cidades maiores, até que tem uma estrutura melhor, mas em grande parte, não. Não tem mesmo. Divulgação pequena. E estrutura menor

¹⁵ O cicloturismo é uma forma de turismo que consiste em viajar utilizando como meio de transporte uma bicicleta. É uma maneira muito saudável, econômica e ecológica de se fazer turismo (INSTITUTO ECOBRASIL DE TURISMO, 2019).

ainda. É uma pena, pois há tanto para explorar! Isso aqui é riquíssimo, mas você sabe como é a questão do turismo nesse País, né?!" (AT2)

Eu não vejo nada. Apesar de tudo hoje as pessoas buscam na internet. Mas poderia ser mais bem divulgado. Propagandas maiores, até mesmo espalhado pela cidade, nos hotéis. (TU5)

Não. Definitivamente, não. Falta muito pra, de fato, isso ser um circuito turístico, como eles falam no projeto. Ser a maior rota turística do Brasil exige muito trabalho por parte do governo. (AP1)

De forma alguma. Fazem muito pouco dessa riqueza toda. É um absurdo não tratarem da forma devida tudo isso aqui. As prefeituras fazem o que podem, mas não é só de responsabilidade delas. (AP2)

Está longe de serem bem promovidas. Longe! Mas esperar o que desse governo? Se até o básico eles fazem pouco, imagina investir no turismo e cultura. (TU6)

TU1 apontou:

[...] então, a gente fica sabendo das maiores cidades, tipo Ouro Preto, Mariana, Diamantina, Paraty, Tiradentes, mas as outras cidades do meio do caminho é só buscando muito mesmo que descobre alguma coisa. Falando nisso, tem uma que tem um monte de rocambole. E Minas já viu, nos seduz também pela comida. (TU1)

A promoção acontece de maneira informal, sendo esta a mais citada e reconhecida pelos entrevistados. Dessa forma, o projeto continua sendo pouco conhecido no País, embora tenha muito a entregar, possuindo riqueza e variedade de opções em diversos aspectos.

[...] O Velho como é maior deveria promover mais. É um monte de cidade na beira de estrada que tão precisando receber turista. Algumas pessoas só passam por algumas cidades e vão embora. Tem que aproveitar igual a gente, né, amor!? Acaba que os amigos que já conhecem vão indicando um pro outro, e tal. (TU5)

Não. Não acredito. Há muitas coisas que precisam melhorar. Muitas mesmo, principalmente por parte do governo. Acredito que essa ausência pode até queimar o filme das cidades. E, assim, não termos o valor o reconhecimento que merece, pois não adianta ter só a cultura mineira; precisa de ter a infraestrutura também. Todo mundo que conhece fala bem, mas sabe separar o que o governo faz da riqueza da cultura daqui. (AT1)

A promoção de Carrancas e Tiradentes é bem famosa, pela cachoeira e pelos festivais, mas acredito que não seja pela somente Estrada Real. Todo mundo que vai faz propaganda pra outros conhecerem. (TU6)

Promovidas? Divulgadas pra vir gente pra cá? Olha, eu não sei, mas eu nunca vi nada na televisão daqui. Às vezes, eu vejo Globo Repórter na televisão e vejo umas coisas de Minas Gerais. mas só isso mesmo. Vim mesmo porque amigos que já vieram me indicaram, porque gostaram. (TU16)

Corroborando o que fora observado nas seções anteriores, o investimento no projeto pode ser considerado insuficiente, embora alguns municípios se sobressaíam com investimentos próprios e isolados no turismo local. O que mais foi ouvido nesta questão foram sugestões de que o projeto poderia ser mais bem divulgado, por meio de propagandas e incentivos e, até mesmo, pelos próprios estabelecimentos dessas cidades. O ideal seria a divulgação nos níveis nacional e internacional, para atrair o turista. Por ser a maior rota turística do Brasil, requer maior empenho por parte do governo.

[...] é uma pena três estados que têm potencial forte para o turismo e que sustentam a maior rota turística do Brasil não ter os investimentos devidos. E, infelizmente, isso tem que partir do governo. As prefeituras e a população local fazem o que podem, pois é de interesse do município atrair o turista e melhorar a economia do município, mas é nítido que não há o investimento preciso. (AP1)

[...] não adianta somente a divulgação sem a devida estrutura. Desde o início do projeto, percebe-se que aumentou a divulgação da rota, mas não há estrutura necessária para receber de forma adequada os turistas que vêm aqui. Falta muito ainda. Aqui, divulgamos e fazemos o possível para o que o turismo seja sustentável, mas reconhecemos que ainda é pouco diante do número de turistas que frequentam as cidade. (AP2)

Nas cidades históricas ou com outros atrativos turísticos, como as trilhas, onde há promoção do turismo local, como é o caso de Paraty, observa-se que em suas áreas históricas (regiões da cidade) há ampla divulgação, sempre com o intuito comercial, voltado para o turismo. No entanto não enfatiza a Estrada Real.

O município litorâneo de Paraty, localizado ao sul do estado do Rio de Janeiro, possui, aproximadamente, 40 mil habitantes. Trata-se de uma cidade histórica que se destacou no período colonial como porto de exportação de ouro. É limítrofe com o município de Angra dos Reis, do mesmo estado, e com os municípios paulistas de Cunha e Ubatuba. Com maior interesse turístico, o centro histórico está entre os bairros com maior geração de renda e é ainda um dos destinos turísticos mais procurados no País. Com ruas de pedras, os turistas devem circular a pé, sendo proibida a circulação de veículos em grande parte do centro. As casas com arquitetura típica colonial foram transformadas em pousadas, restaurantes, lojas de artesanato e museus. A cidade é ainda atrativa por sediar eventos culturais e folclóricos, religiosos e, até mesmo, para a prática de esportes de aventura (TELLES, 2012).

- **Atitudes que poderiam ser promovidas pelo governo em prol da Estrada Real**

Com o intuito de compreender as percepções e sugestões dos entrevistados, questionou-se: “Em sua opinião, quais outras atitudes poderiam ser desenvolvidas pelo governo em prol da Estrada Real?”. Houve unanimidade quanto à necessidade de maior divulgação principalmente divulgação na TV e de investimento em sinalizações e na infraestrutura. Os relatos a seguir expressam essa percepção:

Poderiam divulgar mais, sabe?! Além de divulgar, ter mais investimentos. Eu acho que, diante de tão pouco caso, isso pode comprometer a imagem do turismo aqui, e não só daqui, mas de Minas Gerais mesmo. Poderia ter um bom planejamento público, entende? Acho que falam que tem, mas quando chega aqui é outra coisa. Por ser turismo, e acho que estas cidades vivem disso, deixa muito a desejar. Mas a cultura mineira não tem culpa, né? Eu venho por ela mesmo. Toda vez que eu venho eu tenho que levar várias coisas de comer pros meus pais. (TU1)

Precisa mostrar mais como essas cidades são incríveis e acolhedoras, os tipos de comida, como dá para curtir um pouco da história e ser radical também e curtir a natureza. (AT7)

Uma divulgação mínima de TV já seria o suficiente. Minas se mostrar mais. Tem a parte histórica que retrata o período da escravidão do Brasil que não pode ser esquecido. Precisa valorizar mais a região no aspecto histórico, cultural e tudo que a estrada representa. As prefeituras precisam usar isso para melhorar a economia das cidades. (AT6)

TU6 sugere que o investimento deve vir do Poder Público, dos comerciantes locais, dos investidores e, até mesmo, dos moradores da região. Juntos em prol da promoção e da estrutura da cidade para bem receber o turista, conforme ilustra o relato a seguir:

A divulgação é fundamental. Mais divulgação pesada mesmo. Divulgar festivais, e tal. Mas investir em infraestrutura. Receber de verdade sabe, para turista nenhum pôr defeito. Mas isso envolve muita coisa: Poder Público, comerciantes, investidores, moradores da região. Mas, se juntarem em prol da promoção e estrutura da cidade, dará certo. (TU6)

Salienta-se a necessidade evidente de promover e desenvolver a cultura local, que pode até mesmo ir se perdendo aos poucos, principalmente pelos danos causados ao meio ambiente e aos fatores históricos. Portanto, para os turistas é necessário preservar e valorizar suas riquezas e histórias. O ideal seria, segundo TU19, ter uma secretaria voltada para o cuidado ao turismo, tanto unificado (para cada cidade), quanto para o projeto em si,

levando a conhecimento nacional, além da TV, em aeroportos, promovendo esses caminhos:

Divulgar mais. Levar a conhecimento nacional. Entrar em um aeroporto e ter a promoção da Estrada Real. Grandes cidades que têm movimento de turistas, ter uma promoção dos caminhos. A TV ambientar mais coisas por aqui, como cenário. Estas coisas. (TU19)

Outro aspecto a ser ressaltado é a importância de tornar o turismo acessível e um meio de inclusão social, em que a própria população local é inserida em ações que lhe permitam o desenvolvimento pessoal e profissional e, ainda, ter o acesso facilitado a pessoas de diferentes classes sociais, etnias ou culturas.

De acordo com o Ministério do Turismo (2017), tornar o turismo acessível no âmbito do Turismo Social é essencial e mostra-se uma forma de inclusão, ou seja, um meio transversal a todas as políticas da Pasta Ministerial. Desse modo, entende-se que a visão do MTur é que o turismo deva promover uma via de inclusão, já que o turismo social (forma de turismo acessível a todos os cidadãos) deve se tornar uma realidade, e o acesso sem discriminação de qualquer natureza.

Neste sentido, o Ministério do Turismo tem buscado garantir a acessibilidade a todos, independentemente das diferenças, apoiando projetos que visem à acessibilidade urbana, à adaptação de atividades turísticas e à sensibilização e disseminação de orientações acerca da acessibilidade nos mais diversos setores ligados direta e indiretamente à atividade turística. No que se refere às ações direcionadas às pessoas com deficiência, iniciativas como o levantamento de informações sobre a acessibilidade da infraestrutura turística dos principais destinos brasileiros e a capacitação profissional de pessoas com deficiência visando sua inclusão no mercado de trabalho já foram realizadas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015, p. 1).

Para que tal objetivo seja alcançado, foi criado o programa Turismo Acessível, que consiste em uma política de acessibilidade do Ministério do Turismo para o período de 2012-2014, em que foi proposta uma série de medidas visando a inclusão social e ao acesso de pessoas que compõe as minorias, como pessoas com deficiência, de modo que possam ter acesso aos benefícios da atividade turística, o que permite o alcance e o uso dos equipamentos turísticos com segurança e autonomia (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

Acredita-se que essa perspectiva do turismo possa ser mais explorada no âmbito dos Caminhos da Estrada Real. No Caminho Velho, por exemplo, a acessibilidade é dificultada a pessoas com alguns tipos de deficiências físicas, dado o relevo e a condição histórica de algumas cidades.

A inclusão na atividade turística está em consonância com outras ações e iniciativas do Governo Federal, visando à defesa e à garantia de condições de vida com dignidade, bem como a plena participação e inclusão na sociedade e à igualdade de oportunidades a todas as pessoas, independente de qualquer característica que possa marginalizá-las ou condição (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

c) Planejamento de um percurso de viagem - turismo

Compreende-se, portanto a relevância de trabalhar e investir no turismo da Estrada Real, o que poderia favorecer a população, fortalecendo a cultura e a economia local.

Para compreender as ações comportamentais, os entrevistados foram questionados sobre o que entendiam por turismo. Uma observação geral é que todos relacionaram o turismo ao deslocamento do local de origem ou de moradia a outros locais, visando conhecer diversos aspectos, conforme evidenciado nos depoimentos a seguir:

Turismo é isso que estamos fazendo agora. Eu saí de onde eu moro, da minha rotina e vim descansar e passear em um outro lugar. E eu escolhi Ouro Preto porque gosto muito. E meu noivo não conhecia aqui. E, apesar de caros, aqui tem bons hotéis. Tudo antigo, e eu acho lindo. E sem contar da comida de Minas, que é maravilhosa. (TU1)

Turismo é se permitir conhecer novos lugares, novos sabores, novos ares. Conhecer um lugar a ponto de recomendar pra todo mundo que você conhece e ter a vontade de retornar pra aquele lugar. Há lugares muito especiais, que já fui várias vezes. Turismo é isso, é se apaixonar por esse mundo que temos. Mas, infelizmente, fazer turismo no Brasil é muito caro. (AT2)

É para onde vamos nas nossas férias; é abrir a mente e descobrir e viver novas experiências. (TU5)

É sair da sua cidade e conhecer lugares novos. (TU13)

Para outros, o turismo está além de conhecer outros lugares, mas ainda, experimentar tudo que aquele lugar pode oferecer, sendo usualmente feito em períodos de férias, feriados, entre outras datas que assim o permitem, ou, ainda, associados a viagens a trabalho, que, porém, oportunizam conhecer esses locais, conforme observado nos relatos a seguir:

Turismo é ir em direção ao novo, experimentar tudo do lugar, conhecer outras culturas, quebrar preconceitos, conhecer caminhos, falar outros idiomas, aumentar a bagagem cultural, treinar o olhar para ser mais crítico, tornar uma pessoa mais generosa com o que viu e aprendeu onde esteve. É saber que existe um mundo para descobrir. (AP1)

Tudo que se faz nas férias e nos feriados é turismo, Pois são essas datas que a gente pode sair. Tem gente que consegue fazer turismo trabalhando, Pois dá a oportunidade de conhecer o lugar pelo trabalho. (TU3)

Ou seja, turismo consiste na oportunidade de viver e experimentar coisas diferentes, que não se encontra em sua própria cidade, em geral, por mais de um dia, visando ao descanso mental, podendo ser sozinho ou com a família. Estes locais oportunizam comprar artigos diferentes, presentear pessoas com lembranças daquele lugar e, ainda, guardar na memória ou por meio das fotos e ter histórias para contar acerca da viagem e as experiências adquiridas, podendo, inclusive, indicar o local.

É o deslocamento. Pode ser com o intuito do lazer ou, até mesmo, por trabalho. As pessoas acham que o turismo é só para lazer, mas não. Pode se ter diversas causas que motiva o deslocamento. (AP1)

O turismo está ligado a diversos segmentos. No caso, o que mais se encaixa com a estrada real é o turismo cultural. Nesse caso, as atrações turísticas estão voltadas para centros históricos, museus, igrejas, eventos gastronômicos; ou seja, tudo que a Estrada Real tem como objetivo. (AP2)

Turismo é ter memórias de onde fomos; é sonhar conhecer um lugar e fazer por onde; é se divertir, sair da rotina um pouco; conhecer gente nova, fazer amizades e quem sabe um amor. (AT2)

A literatura, assim conceitua turismo: processos migratórios humanos, sendo objeto de estudos desde a Antiguidade. Além de ser considerado um fenômeno sócio-econômico-cultural, este é passível de diversas interpretações nas mais diversas áreas do conhecimento, tendo um conceito para tal, como, por exemplo, para a Antropologia, a Psicologia, a Sociologia, a Economia, as Relações Internacionais e o Direito (CARVALHO, 2010).

O turismo, portanto, é uma área do conhecimento, da percepção, do estudo e do desenvolvimento. Tem como característica ser multifacetária, interdisciplinar ou interinstitucional. Deve ser observado como um fator de fomento econômico e de fortalecimento da cultura, entre outros inúmeros benefícios que trazem consigo.

Para De La Torre (2009), no Brasil as atividades turísticas foram iniciadas de forma efetiva, favorecendo o desenvolvimento de forma considerável, a partir da década de 1920, sendo impulsionadas pela construção de estradas de ferro, que se iniciou primeiramente na região Sudeste, que era, e ainda é, importante no cenário econômico nacional, já que todo o processo de migrações teria que passar por ali, além de ser a região que mais demandava mão de obra nas plantações de café, uma atividade que até então era a que mais importava para o cenário econômico nacional.

Cardoso (2006) enfatiza a relevância do turismo, considerando que este é hoje um segmento econômico de suma importância, que pode, ainda, contribuir de forma decisiva para o desenvolvimento sustentável e para a inclusão social. Considerando que agrega um conjunto de dimensões favoráveis à solidariedade e à integração social, este processo rompe com o isolamento, além de provocar o contato entre culturas e ocasionar interações de múltiplos e variados atores sociais.

Lickorish e Jenkins (2000) definem turista como o viajante que está fora de casa, independente do motivo da viagem, exceto emigrantes e pessoas que viajam diariamente com o intuito de trabalhar. Se torna cada vez mais popular e objeto de consumo de muitos, que buscam uma variedade crescente quanto aos motivos das viagens, bem como os tipos de destinos disponíveis, seja dentro ou fora do país, o que diferirá em termos de resultados econômicos e impactos sociais.

Barreto (2003, p. 13) oferece uma importante definição sobre turismo:

[...] é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação,

descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Turismo é uma atividade em que a pessoa procura prazer por livre e espontânea vontade. Portanto, a categoria de livre escolha deve ser incluída como fundamental no estudo do turismo. Sendo um fenômeno social complexo e diferenciado, que pode ser classificado em diversos tipos, sendo mais comuns o turismo emissor (envia turistas para fora do local) e o denominado como receptor (recebe turistas vindos de fora), ou, ainda, de acordo com a motivação (BARRETO, 2003).

Quanto à relevância do turismo, Cardoso (2006) aponta sua contribuição, de forma decisiva, para o desenvolvimento sustentável e para a inclusão social, já que é capaz de agregar um conjunto de dimensões favoráveis à solidariedade e à integração social. Assim, embora tenha havido uma perspectiva romantizada pelos turistas entrevistados, os conceitos citados por eles aproximam-se do que fora observado na literatura.

- **O que é turismo para os turistas**

Quanto ao turismo em geral, fora do projeto Estrada Real, perguntou-se aos entrevistados: “O turismo desta cidade encontra-se suficientemente bem promovido?”. Neste ponto, houve divergências nas opiniões, já que os dados foram coletados em cidades diferentes. Ouro Preto, por exemplo, é uma cidade que está em constante evidência. A esse respeito, os entrevistados afirmaram:

[...] é bem famosa, né. Já vim aqui várias vezes. E as coisas aqui não são baratas. Acho que a prefeitura poderia cuidar mais da cidade. Eu já vi cada coisa linda aqui sem cuidados! A iluminação à noite é bem fraca. Poderiam ter mais restauração das coisas também. Mas eu gosto muito. Mesmo vendo esses defeitos, eu gosto muito da cultura daqui. (TU19)

Ouro Preto é linda! O turismo aqui é grande. Acredito que, por mais que falte incentivo por parte do governo estadual, o governo municipal faz o que pode para deixar a cidade atrativa. (TU1)

A promoção que eu vi foi na novela “Espelho da Vida”, da Globo. Deu muita vontade de conhecer mais dessas cidades. Eles criaram uma cidade fictícia, com referências

de várias cidades do interior de Minas. E todas são históricas. A pracinha em Mariana é igualzinha na novela. (TU6)

O comentário de TU6 revela a influência da exposição na mídia das cidades consideradas mais turísticas. Cita-se como exemplo a novela “Espelho da Vida”, com uma narrativa espírita, de autoria de Elizabeth Jhin, que estreou em setembro de 2018. Ela se passa em uma cidade fictícia mineira, com gravações nas cidades históricas de Mariana, Ouro Preto, Carrancas e Tiradentes. Para a trama, a autora imaginou uma cidade bucólica, com chafariz no centro e casarões antigos no entorno, chamada “Rosa Branca”. A Rede Globo preferiu buscar locações reais, em vez de construir uma cidade cenográfica no Projac, no Rio de Janeiro. Uma das principais locações foi a Praça Gomes Freire, uma das mais famosas de Mariana. É lá que estão os casarões que foram representados na trama.

Esse tipo de exposição incentiva o turismo regional. Contudo, cabe também destacar que, apesar de positivo para o desenvolvimento das cidades e do turismo local, as ações não estão relacionadas ao projeto Estrada Real, evidenciando-se uma oportunidade para os gestores da região, que poderiam trabalhar o incentivo, associando-o às oportunidades do ambiente.

Individualmente, algumas cidades, principalmente as maiores, são mais divulgadas em eventos como festivais, despertando a curiosidade quanto a histórico das cidades, arquitetura, aspectos religiosos, paisagens e gastronomia. Apesar disso, especificamente no trecho da Estrada Real, observam-se poucas ações dessa natureza, evidenciando que as cidades não exploram ou relacionam este aspecto. Entre os problemas de divulgação está a falta de sinalização, fazendo com que muitos turistas não saibam das possíveis atrações, além das dificuldades para locomoção. Quanto a influência da cultura, observa-se a fala de TU6:

Teve uma vez que fui para Cusco no Peru, e lá quase todos os dias tinha eventos culturais na rua. Isso promovia bem a cidade, mostrava realmente a cultura do lugar. Tinha muita gente fantasiada, com música na rua. Mostrava um pouco da história da cidade. Salvador tem isso também, mas não vejo isso em Minas. E o mineiro não é muito de contar daqui, não sei por quê. O governo daqui não deve gostar de promover muito as cidades também. Minas está bem fechada. (TU6)

Constata-se a necessidade de organizar eventos culturais e de expor mais a história das cidades. Um dos entrevistados afirmou que tudo fica isolado e que não há informação. Tudo requer consulta a internet. Outros pontuaram as limitações de uma cidade:

Aqui é pequenininho, mais isolado mesmo. Nem deve ter dinheiro pra investir no turismo aqui. Cidade pequena mesmo. Só para descansar. Nem sei se tem hotel suficiente para movimentar o turismo aqui. (TU5)

Por ser parte integrante de uma rota turística, falta muito. Eu mesmo pesquiso tudo na internet, mas tem pontos da cidade que nem pega direito. Aí, eu já deixo salvo as informações. (TU8)

Para TU19, a promoção local é razoável, principalmente pelas construções históricas e por conter um conjunto de montanhas e praia (referindo-se a Paraty-RJ).

[...] é bem razoável aqui. Se tem esse movimento todo, é que o pessoal conhece. Aí tem história pra quem gosta. Tem as praias aqui perto. É um cartão postar tudo aqui. Se você vê de longe, se vê as montanhas e o mar. (TU19)

Quanto à cidade de Paraty, observa-se que a arquitetura dos períodos colonial e imperial é o principal atributo que valoriza as edificações e os sítios urbanos protegidos, os quais possuem proteção da própria legislação do País e são considerados como testemunhos materiais da cultura nacional. O local ainda é rodeado pela Mata Atlântica preservada e possui, aproximadamente, 80% de seu território constituído por unidades de conservação, belezas naturais e bens imateriais importantes para história paratiense (culturas caiçara, negra, indígena, dos quilombos e portuguesa), o que se manifesta majoritariamente nas áreas periféricas do município, como a Vila de Trindade, localizada na região mais ao sul de Paraty, onde estão as praias consideradas as mais belas do município (FREIRE, 2006).

TU19 ressalta que a cidade é muito divulgada em termos turísticos. Como não está diretamente relacionado ao projeto Estrada Real, infere-se que ainda há um espaço para ampliar o escopo de divulgação da cidade, como também de todo o circuito.

- **Informações prévias a uma viagem: escolhendo o trajeto**

Quanto às informações buscadas previamente a uma viagem, questionou-se sobre o tipo de informação importante que se deve pesquisar antes de visitar um novo lugar. As percepções foram distintas e tendem a variar conforme o interesse do turista. Ou seja, eles buscam saber os pontos turísticos, a culinária local, possíveis eventos, valores das atrações, hotéis e possíveis trilhas para bicicletas e motocicletas, conforme evidenciado nos depoimentos a seguir:

[...] os pontos turísticos da cidade me chamam muito a atenção e a vontade conhecer, não só os monumentos, mas a história. Sem contar que aqui se tem de um tudo, né? Eu já sabia da fama da comida mineira, mas essa culinária daqui é tudo de bom. (TU4)

Eu tenho que ver os preços, pois tem as baixas e altas temporadas. Mas eu sempre viajo na alta temporada, porque, como trabalho em escola, acaba que as minhas férias são sempre em julho e janeiro. Mas tenho que ver os preços das coisas. E hotel nessas cidades não são baratos. (TU12)

Sempre bom saber se tem um evento próximo da data da viagem. Isso acaba somando. Já aproveita e conhece as comemorações da cidade no momento do turismo. (TU19)

[...] gostamos de fazer trilha. Então, se tiver essa possibilidade com o lugar que a gente vai conhecer é bom, porque aí a gente não fica só nessas coisas de museus e tal. (TU8)

É importante, ainda, conhecer as características do lugar, o tipo de turismo que se faz e os aspectos culturais, entre outros. A escolha muda de acordo com o interesse e a personalidade do turista: se deseja calmaria ou “badalação”, um cenário rural ou urbano. Ou seja, a informação deve motivar e surpreender positivamente.

Questionou-se também, sobre o local onde os turistas buscaram informações sobre a cidade que estavam visitando. A maioria usou a *internet*, por meio de plataformas de busca, como o *Google*. Apesar disso, eles entendem que as informações são escassas e insuficientes. O ideal parece ser entrar em contato direto com os estabelecimentos para se confirmar dados como a hospedagem, dentre outros. Os depoimentos a seguir ilustram essa questão:

Na internet, no *Google*. Mas é bem complicado. Quase desisti, por não achar algumas informações que eu precisava. Mas entrei em contato com o hotel que tinha selecionado e eles me ajudaram. (TU14)

Hoje, a gente faz tudo na internet. Joga o que se precisa saber na hora e está tudo lá. Hoje, é muito mais fácil fazer as coisas por causa da internet. (TU16)

Nós olhamos tudo pela internet. As reservas, até os pagamentos fizemos tudo pelo celular mesmo. Mas prático. Nem precisamos ligar pra confirmar nada. Pelo celular mesmo. (TU12)

A maioria das pessoas resolvem tudo pelo celular. Dificilmente a internet não resolve. (TU9)

O “boca a boca” também foi citado como fonte de informação, seja entre amigos, colegas da universidade ou familiares. Ao chegarem no local, também dialogam com os moradores. Por meio da *internet*, mesmo sem um agente de viagens, uma das entrevistadas afirmou que conseguiu organizar toda a viagem. Foi possível encontrar imagens, saber sobre as características dos lugares, informações sobre o clima em datas específicas, informações sobre festivais, gastronomia, reservas de hotéis e passagens de ônibus e avião (no caso das cidades onde há escalas de voos e aeroportos). Há, ainda, quem opte pelas agências de viagem, visando minimizar contratempos.

Eu vim por indicação de amigos que já estiveram aqui. Pesquisei as coisas pela internet e vim. (TU11)

A gente pesquisa tudo antes pela internet. Mas quando se chega aqui, nada melhor que perguntar os moradores, os funcionários da pousada, os guias. (TU18)

Resolvi toda a viagem pela internet. Primeiro fui vendo as fotos da cidade, vídeos em *Youtube*... Até o clima eu olhei. Isso facilita a viagem e evita muitas surpresas. (TU19)

Tem uma agência de turismo na minha cidade. Como eu não sei mexer muito com computador e não quero ficar amolando os outros, eu fui lá e eles resolveram pra mim. É mais prático. Como eles já trabalham com isso, eles já sabem tudo. Fico mais tranquila. (TU4)

A internet, como principal fonte de dados, corrobora o que já fora observado pelo Ministério do Turismo (2015): hoje, importante contribuição, usada por 82% dos turistas para esse fim e considerada pelas agências de viagens e turismo, uma ferramenta de comunicação que impulsiona o setor. A internet é apontada como uma fonte de dados, informações e um

motivador do turismo, principalmente por meio das mídias e redes sociais, onde as pessoas expõem seus passeios e viagens.

Buscou-se compreender se há constância na visitação da cidade escolhida. Para isso, questionou-se com qual frequência a cidade era visitada. Em geral, os entrevistados estavam visitando a cidade em questão pela primeira vez. Tais achados podem ser observados nos depoimentos de TU6, TU8, TU11, TU13, TU14, TU15, TU17, TU18 e TU19.

Essa é a primeira vez aqui. Temos um monte de coisa para conhecer aqui. (TU6)

Em Carrancas é a primeira vez. Nem conheci tudo, mas eu já quero voltar. (TU8)

É a primeira vez que venho, mas gostei muito. Quero voltar mais. Passear é bom, né? (TU11)

É a nossa primeira vez aqui. Estou com muitas expectativas. Chegamos ontem e já vamos explorar tudo, tirar fotos, ir pros distritos... (TU13)

É a minha primeira vez aqui, mas a cultura mineira sempre me chamou a atenção pela simplicidade. Acho tudo lindo. Nem fui embora e já quero voltar. (TU14)

É minha primeira vez aqui. (TU15)

Esta é a primeira vez, mas como se trata de um trabalho acadêmico, acredito que precisarei retornar. (TU17)

Essa é a primeira vez aqui. Temos um monte de coisa para conhecer aqui. (TU18)

É a minha primeira vez aqui. Tirando o calor, estou adorando tudo. (TU19)

Sobre aqueles que visitavam pela primeira vez, observou-se uma grande expectativa de conhecer novos ambientes e locais e de fotografar além de uma paixão pessoal pelo estado mineiro, devido a suas particularidades, encantos e simplicidade. Houve indícios de interesse em retornar por parte dos entrevistados. Outros, que já estavam pela segunda ou mais vezes, traziam consigo novos visitantes, conforme expresso nos depoimentos de TU1, TU5, TU6 e TU10.

Ouro Preto é uma delícia! Venho sempre que posso. (TU1)

Eu já conhecia aqui. Meu noivo é a primeira vez que vem. (TU1)

Aqui a gente tem vindo tipo a cada três meses. Quando as provas apertam, não dá pra vir, não. (TU5)

Amo Tiradentes! Ainda mais quando tem os festivais na cidade. A cidade fica cheia de turistas. É um movimento danado! Adoro! (TU6)

Gosto demais daqui. Dessa vez não estou sozinha. Sempre que posso, eu venho. (TU10)

Apurou-se que a frequência é variável, porém a maioria voltou ao local ou pretende voltar.

d) Imagem e cultura: a cidade, na percepção dos entrevistados

Por último, buscou-se compreender as questões relacionadas à imagem e à cultura dos locais como influenciadores da decisão de visitar o destino. Para isso, os entrevistados foram indagados sobre a imagem que a cidade transmitia. Observou-se a associação com: simplicidade, aspectos históricos e culturais, belezas naturais, arte, comida saborosa e litoral, entre outros aspectos singulares da Estrada Real e, principalmente, do estado de Minas Gerais, conforme afirmam TU1, TU7, TU15, TU16 e TU19.

Acho que resume bem a simplicidade de Minas Gerais. Da comida, meu Deus! Que comida boa, gente! Do acolhimento. Da história de Minas. Aqui todo mundo recebe a gente bem. Tem um sotaque gostoso de ouvir. E todo mundo é muito simples. É engraçado que todo mundo tem um caso para contar. Eu morro de rir. Meu noivo está gostando muito. Todo mundo conta uma coisa. (TU1)

A culinária. A comida daqui é maravilhosa! Só aqui tem. Minas e a comida é a combinação perfeita. Até nesses dias de calor eu não resisto e como até mesmo as comidas mais pesadas. O feijão tropeiro é uma coisa de doido! (TU7)

Sem dúvidas, a comida do estado. Eu já estou levando comigo uns três livros de receitas, para fazer tudo lá em casa. Se eu pudesse, eu levaria os ingredientes também. São tão gostosos. Eu amo cozinhar. Então, a comida daqui, pra mim, é fantástica. (TU15)

Se todo mundo comesse como se comem aqui, eu nem sei, viu. A comida daqui é maravilhosa. É cada tempero! Essa é a maior e melhor lembrança que eu vou levar de Minas. (TU16)

Aqui tem a cultura do litoral com o antigo. É bem comum no Nordeste essa junção. Afinal, os portugueses chegaram por lá. Então, é presente também essa coisa do colonial, do barroco, do antigo, mesmo nas praias. Mas aqui tem uma pequena faixa de areia. Nem é praia de banhista mesmo. Pra praia de verdade, tem que pegar um barco e ir pras outras partes. (TU19)

O discurso sobre a culinária típica mineira é permeado por referências ao resgate da tradição mineira. De acordo com Abdala (1997), todos os elementos que compõem a

chamada “mineiridade” podem ser vistos a partir de um viés que os considere monumentos. Assim, o tropeiro, o movimento da Inconfidência Mineira e seus personagens, tais como, o escravo, o índio e o português, a montanha, a mineração, a arquitetura colonial, a fazenda, a cozinha, a comida, o consumo alimentar, integram um conjunto de imagens definido como “Cultura mineira”.

- **Imagem transmitida pela cidade**

A culinária é um dos modos pelos quais a mineiridade assume materialidade. A comida típica não é qualquer comida. Representa o passado, que, ao ser invocado, coloca-se em relação com os que vivenciam o presente. Assim, o ambiente que cerca este tipo de cozinha, em boa parte dos casos, também cerca de monumentos essa memória.

Outros entrevistados surpreenderam ao relacionar a imagem da cidade com a degradação ambiental:

Uma cachoeira “da hora” aqui, mas o volume de água tem diminuído. Fiquei sabendo que teve problema de falta aqui o ano passado. A vegetação está acabando e o acesso está ficando complicado. Mas passa a imagem de uma cidade bem tranquila. (TU5)

Precisa ser mais cuidada e divulgada. Eles até estão cuidando da grama agora, e tem alguns turistas aqui. Meu hotel está me ajudando a descobrir mais atrações mais *off road*, descobrir a natureza no entorno. Fiquei triste de ver que Minas está virando um grande pasto. A mata está acabando. Não está sendo preservada. Em 2016, quando eu vim, tinha mais vegetação. (TU8)

[...] tem áreas verdes, que, na minha opinião, não deveria ser permitido a presença do homem. Muito lixo jogado pelo chão. Garrafas, plástico, latinhas de refrigerante, papel. Dá uma imagem de sujeira. (TU9)

A situação da degradação ambiental, em especial na região pesquisada, é semelhante à da época dos viajantes oitocentistas¹⁶, pelo fato de existir um mosaico formado por áreas degradadas e outras em melhor estado de conservação. Ainda é possível refletir sobre o

¹⁶ Grande parte dos viajantes que estiveram no Brasil oitocentista estava participando de expedições científicas que visitariam diversos países. Entre esses pesquisadores, destacaram-se geólogos, botânicos, zoólogos, etnólogos e mineralogistas. Na maioria dos casos, eles desejavam completar pesquisas já iniciadas em seu país de origem (PIRES, M. J; 2011).

fato de que a geração de renda baseada na degradação ambiental não foi sustentável, e dificilmente será agora. O esgotamento dos recursos minerais reforça a necessidade de preservar as riquezas arquitetônicas, culturais e naturais da região (PIRES, 2011).

Outro aspecto que chama a atenção é o povo reconhecido como acolhedor, associados aos casos contados pelos mineiros. Quanto à religiosidade, à busca pelos templos e à calma para rezar, agradecer e pagar promessas, observa-se que a simplicidade foi a ênfase da imagem percebida pelos entrevistados. Seguem os depoimentos ilustrando tal realidade:

Mineiro tem fama de contador de casos. Aqui, todo mundo tem um caso pra contar. Quando você chega nos lugares, já tem as histórias. Isso é só aqui. Nos outros lugares, como São Paulo, as pessoas são mais fechadas. (AT1)

Minas é bem famosa pela religiosidade católica. Aqui e no Nordeste, têm igrejas maravilhosas do tempo que o Brasil foi descoberto. Mas no Nordeste tem aquela agitação. Aqui, tudo é mais calmo e tranquilo. Essas coisas de interior. A imagem de Minas é isso: simplicidade, comida boa, vida sem agitação. Bom, ao menos nas cidades pequenas daqui. (AT2)

Vem gente de longe para pagar promessas nessas igrejas. Eu ainda quero voltar em outubro, pra fazer aqueles tapetes nas ruas noite afora, ir à procissão, agradecer a Deus pela saúde da minha família. (TU4)

De acordo com Rao e Walton (2004), imagens são parte da matéria significativa que nos envolve; são importantes meios de comunicação. Elas não são simples cópias que retratam o mundo tal como ele é em si mesmo. No turismo, imagens representam uma poderosa e estratégica ferramenta simbólica, cujos profissionais do turismo, analistas ou mediadores simbólicos deitam a elaborar mélanges ricas de significados e sentidos capazes de mobilizar seu olhar atento e ávido pela diferença. O turismo constrói ou se apropria de imagens, assim como de seus significados, selecionando-os em meio a um universo potencialmente infinito e intercambiável. Seus objetivos são muitos, mas posso deduzir que dentre alguns deles esteja a valorização do capital, uma relação marcada pelo plano do valor de troca, mas não menos uma dimensão do valor de uso, o que pressupõe o uso socialmente que será feito dela. Mas os significados também são reconstruídos a medida que nos apoderamos de imagens, atribuindo ou ressignificando o objeto ou a coisa segundo mapas simbólicos os mais plurais.

- **Atrativos oferecidos pela cidade**

Quanto aos fatores que motivaram o interesse dos entrevistados, questionou-se a cada um o que o mais o atraía na cidade: a arquitetura, a gastronomia, a simplicidade, as igrejas, as trilhas, a natureza, o ecoturismo etc.

Em cada região do Caminho Velho emergem atrativos diferenciados. Por exemplo, nas cidades de Caxambu, São Lourenço e Pouso Alto estão o balneário de hidroterapia e demais estâncias hidrominerais:

O estilo da arquitetura, a comida e a simplicidade das pessoas aqui. Ouro Preto parece antiga, mas ela pulsa. Tem a faculdade aqui também. Aí, deixa a cidade com um espírito jovem e alegre. As igrejas são maravilhosas. Eu gosto até do chão da cidade. Tudo tão antigo! É uma viagem ao tempo. (TU1)

O ecoturismo. Acho que incrível quando a gente atravessa a serra para entrar na cidade. (TU6)

Aqui fica pertinho de Tiradentes e, com certeza, a comida e o Barroco. As igrejas são belíssimas! Parece que a gente fica tão abraçado nas cidades de Minas. (TU7)

O balneário de hidroterapia, sem dúvidas! Vim por isso. (TU11)

As atrações da cidade, o que tem para fazer. Como eu amo bike em trilha, a natureza é muito importante como atração. (TU12)

A comida, sem dúvida! Ah! E no inverno aqui é um friozinho bom. Acho até parecido com Lisboa quando está mais frio. Agora está muito calor. Mas a comida, sem dúvida. Mas isso é no estado todo, né?! Sei que não se come só bem aqui. (TU13)

É essa tranquilidade mesmo. Aqui é para descansar. Não tem muita coisa pra fazer. (TU15)

O turista que fizer os caminhos da Estrada Real fará uma viagem ao tempo. Ele encontrará de tudo. Da arquitetura à gastronomia. É fascinante se permitir por esses caminhos. (AT19)

As atratividades das cidades estão relacionadas a fatores afetivos de cada indivíduo e a lembranças ou interesses pessoais. Para Freire (2006), o atrativo turístico é todo e qualquer lugar, objeto ou acontecimento que desperte interesse para o turista e que motiva o deslocamento humano, podendo ser material ou imaterial, conter paisagens naturais e biodiversidade. Observa-se, porém, que todos requerem o gerenciamento humano para

garantir a preservação de sua originalidade, corroborando a ideia de que os recursos em sua forma original não são mais que a matéria prima dos futuros atrativos.

Questionou-se sobre a primeira imagem que era associada à cidade visitada. As respostas são apresentadas a seguir:

Barroco e a gastronomia. Sem dúvida, essas duas coisas. Aqui tem cada igreja linda! Hoje mesmo já fomos em várias. São maravilhosas. Cada pintura linda, meu Deus! Por isso, eu falo: elas por fora estão bem maltratadas e à noite, se tivessem iluminação adequada, ficariam mais charmosas. Tem uma lá em cima, esqueci o nome dela, que à noite ela fica toda mal iluminada. Dá dó. A Prefeitura poderia ver isso, pois é isso que chama o turismo pra cá. E, quando chega aqui, a gente vê que precisa de ter mais cuidado com as coisas. (TU1)

Os passarim. Nó! A gente ficou admirando eles na pracinha. E tem muita comida gostosa por aqui. Cada restaurante bom! Tem uns caros e outros mais baratos, mas todos servem comida boa. (TU5)

A arquitetura e a comida boa. Estes dois. Aqui se come muito bem. E sem contar que a cidade é maravilhosa. Já estive aqui no Festival de Gastronomia. E é uma coisa maravilhosa. Meu Deus! (TU7)

Borges (2017) cita que a comida mineira é referência. O sabor chega a ser considerado uma referência afetiva. O estado é conhecido por seus pratos típicos carregados de muita tradição. A história da culinária vem de longe, com suas raízes na fusão de culturas que povoaram o estado, especialmente no período colonial e de mineração de ouro e diamante. O estilo da culinária mineira se consolidou há mais de trezentos anos, justamente no período do Ciclo do Ouro. Como os moradores da região realizavam trabalhos braçais, os pratos precisavam ser substanciosos e garantir a energia aos viajantes e trabalhadores, como o típico feijão-tropeiro ou o tutu de feijão. A agricultura local primitiva na época também limitava a variedade de ingredientes. Os turistas ficam cativados pelos pratos que são feitos com muito carinho, com receitas passadas de geração para geração, carregadas de história e de afeto.

A imagem captada pelo turista que visita o projeto Estrada Real é diversa, podendo ser religiosa, aventureira, ecoturística, afetiva ou ligada à culinária, entre outros. A imagem

mineira, principalmente, seja pelos fatores históricos e culturais ou religiosos, são muito fortes e marcantes para o visitante, que, impactado, sempre acaba por voltar.

Buscou-se, ainda, identificar a ocasião que permitiu ao entrevistado conhecer a cidade que estava visitando. Apurou-se que a maioria o fez por estar em período de férias. Outros sentiram-se motivados pela oportunidade de participar de eventos esportivos, assistir a shows, conhecer cachoeiras ou pagar uma promessa e agradecer por uma graça alcançada, como se observa nas entrevistas a seguir:

A primeira vez que vim foi no período de férias que eu tive. Pesquisei muito antes. E me apaixonei, a ponto de retornar e descobrir mais de cada cantinho. Tenho milhares de fotos aqui. (TU7)

Ixi! Já vim tantas vezes. Me lembro que ainda mais jovem... mas foi a estudos a primeira vez. Vim para um trabalho de campo. Com o intuito de conhecer os acervos e tal. E me apaixonei perdidamente. Aqui no frio é uma delícia! Cada comida maravilhosa! Tem o Festival de Gastronomia em Tiradentes, que sempre que eu posso eu vou. É uma delícia. (TU3)

Estou de férias. Sempre quando dá, eu procuro cidades como essa. Adoro Minas! Aqui o povo recebe bem e tem uma ótima comida. (TU10)

A ocasião, ou oportunidade, é essencial para que um turista possa deslocar-se para o local que escolheu para passar o período em questão, seja por férias, feriado ou outro motivo. É necessária uma oportunidade, ou uma ocasião, favorável para que o turismo seja possível. Os entrevistados afirmaram estar nos locais escolhidos por motivos diversos, seja de trabalho e a negócios ou para descansar. O descanso, no caso de férias, leva os entrevistados a buscarem participar de outros passeios próximos.

- **Percepção sobre a representatividade da Estrada Real**

Uma questão interessante suscitada pela pesquisa é que há um discurso por parte dos entrevistados sobre a importância dos caminhos da Estrada Real, que envolve história, mineiridade e cultura.

Minas. Representam Minas Gerais. É o retrato certinho de Minas Gerais. Bom, eu acho, né? É tão lindo as coisas aqui! Pena que não tem o cuidado que merece. Eu

moraria aqui feliz. Eu gosto muito daqui. Por isso, sempre que posso eu venho pra cá. (TU7)

[...] representa a identidade deste povo mineiro, um povo acolhedor, que sabe receber bem, que sempre quer contar uma história regada com comidas. É uma simplicidade que só se encontra aqui. E percorrer por esses caminhos é vivenciar tudo isso. Coisas que só Minas Gerais tem. Consigo explorar isso pelas minhas lentes. Isso aqui é maravilhoso! Gostaria que o mundo inteiro conhecesse isso aqui. Mas não dependente só dessa cultura pra ter turismo. O governo se ausenta muito. Poderia ter mais investimentos. (AP1)

Tudo isso aqui é a história do Brasil. Em especial, de Minas Gerais. Mas é a nossa história. Isso é a história do Brasil. E, infelizmente, o turismo não é bem promovido. Infelizmente, não é bem divulgado. Um marketing muito fraco. Acho que empolgaram no início do projeto, e depois, sei lá, largaram. Mas precisaria de investimentos pesados aqui, viu?! Muito investimento. Porque potencial temos. É pra todo mundo sair daqui querendo voltar. Os que voltam é por amor mesmo, porque a estrutura é fraca. Aí, acaba que fica uma imagem negativa, devido à estrutura mesmo. Não adianta só divulgar; tem que ter estrutura primeiro. (AT2)

Além de representar um local turístico, como lembrou um entrevistado, trata-se de um caminho de descobertas, de fatos históricos e atuais, de sabores, da fé, das belezas naturais, de cultura forte. Para quem vem pela aventura e o esporte, representa um desafio cheio de obstáculos que motivam o aventureiro a buscar esse local e a explorar e aprender ali.

Nesse aspecto, cabe a indagação: Será que esses sujeitos entrevistados estavam se referindo a Minas Gerais? A percepção que tem sobre o estado ou sobre os caminhos da Estrada Real? Será que o nome “Estrada Real” representa o estado ou, efetivamente, cada caminho traçado?

As conversas com os turistas, agentes e atores envolvidos com o turismo na região pesquisada fluíram como uma “conversa”, efetivamente. Muitos aspectos do “ser mineiro” foram evidenciados nos discursos, tanto por aqueles que se identificaram como naturais de outros estados, como pelos próprios mineiros. O que se deixou transparecer é que ser mineiro é um jeito de falar, de ser, de preparar a comida, de receber. Nas palavras de José Batista Queiroz, poeta natural de Patrocínio, Minas Gerais, tem-se uma “explicação” do sentido do “ser mineiro”, que pode tanto representar uma autopercepção, quanto uma imagem que se quer mostrar.

Ser mineiro é não dizer o que faz, nem o que vai fazer,
 é fingir que não sabe aquilo que sabe,
 é falar pouco e escutar muito,
 é passar por bobo e ser inteligente,
 é vender queijos e possuir bancos.

Um bom mineiro não laça boi com imbira,
 não dá rasteira no vento,
 não pisa no escuro,
 não anda no molhado,
 não estica conversa com estranho,
 só acredita na fumaça quando vê o fogo,
 só arrisca quando tem certeza,
 não troca um pássaro na mão por dois voando.

Ser mineiro é dizer “uai”, é ser diferente,
 é ter marca registrada,
 é ter história.

Ser mineiro é ter simplicidade e pureza,
 humildade e modéstia,
 coragem e bravura,
 fidalguia e elegância.

Ser mineiro é ver o nascer do Sol
 e o brilhar da Lua,
 é ouvir o canto dos pássaros
 e o mugir do gado,
 é sentir o despertar do tempo
 e o amanhecer da vida.

Ser mineiro é ser religioso e conservador,
 é cultivar as letras e artes,
 é ser poeta e literato,
 é gostar de política e amar a liberdade,
 é viver nas montanhas,
 é ter vida interior,
 é ser gente.

José B. Queiroz

A relação do mineiro é com a simplicidade, com a história. Sua ligação é com a natureza, com a religiosidade, com a arte e as paisagens. É ver “as” Minas Gerais.

[...] das montanhas e de riquezas imensas, estado de minério de ferro e também do diamante, sua capital é linda, terra do queijo e palavra ‘Uai’ [...] Das lindas praças e igrejas de uma cidadezinha do interior, jardins belíssimos com mito verde cercando uma linda flor” (Jean Carlos de Andrade, poeta, natural de Bom Repouso, MG).

Em outras poesias e poemas, a história literária de Minas Gerais relaciona-se com uma memória intimamente ligada à identidade e às origens do estado, por meio da qual se

constrói a identidade individual e coletiva, construção marcada pelas tradições do estado pela simplicidade, apesar de todo o ouro do “Caminho Real”, pelas suas marcas e pelo que se chama de “mineiridade”. Seguem-se as reflexões finais deste trabalho.

6 REFLEXÕES FINAIS

Minha gente eu vou m'embora
Mineiro tá me chamando
Mineiro tem esse jeito
Chama a gente e vai andando

Folclore mineiro¹⁷

Nos últimos anos, muitas reflexões têm sido realizadas acerca do turismo histórico-cultural, modalidade que abrange as atividades relacionadas ao conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e aos eventos culturais que valorizam e promovem os bens materiais e imateriais da cultura. O patrimônio histórico-cultural de um lugar é algo vivo, dinâmico, que não pode se limitar a ser compreendido pela perspectiva única das autoridades locais que decidem o que será preservado e o que será condenado ao esquecimento eterno. A população de uma localidade deve assumir papel de protagonista na definição daquilo que verdadeiramente deve ser reconhecido como patrimônio histórico-cultural.

Este estudo teve por objetivo principal “Analisar a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real, na percepção de turistas e dos atores locais envolvidos no turismo cultural”. Para sua consecução, apoiou-se em uma pesquisa etnográfica, o que contribuiu para familiarizar o pesquisador com os procedimentos operacionais. Procurou-se mostrar como é alicerçado o conhecimento quando se faz tal opção metodológica ao construir conhecimentos e descrever realidades particulares, buscando estabelecer relações relevantes para solucionar inquietações teóricas mais gerais.

Considerando os objetivos específicos — “Descrever o projeto Estrada Real no que se refere à organização do espaço e da economia das cidades históricas do Caminho Velho da Estrada Real”, “Analisar os aspectos históricos e culturais do Caminho Velho da Estrada Real, a partir da historicidade brasileira e da mineiridade” e “Analisar a construção histórica e cultural do Caminho Velho da Estrada Real na percepção dos atores envolvidos com o turismo cultural local” — depois de percorrer todo o Caminho Velho da Estrada Real e de

¹⁷ Identidade, tradição e conhecimento de um povo expressos em lendas, crenças, provérbios, canções e costumes. Minas Gerais é um Estado extremamente rico na variedade desses folguedos e mitos.

entrevistar 235 pessoas, incluindo turistas, agentes públicos e atores do turismo local, com base na análise de conteúdo, entende-se que os resultados foram alcançados.

O trabalho de campo etnográfico é extensivo e intensivo. Os acontecimentos somente esclarecidos com o tempo, assim como os significados. Segundo Erickson (1986), é fundamental estar atento à invisibilidade da vida cotidiana. É preciso questionar aquilo que parece “natural” a nossos olhos, suspeitar do “corriqueiro” e estranhar o aparentemente familiar. Essas observações se refletem nos registros de dados. Em muitos deles, principalmente os primeiros, por vezes, optou-se por adotar na descrição de episódios observados categorias comumente construídas, mantendo a tendência de rotular imediatamente e de interpretar muitos episódios ao invés de descrevê-los.

A pesquisa etnográfica também permite considerar que o tempo de convivência com o meio é que mostrará como as particularidades, os jeitos de ser e os modos de representar poderão ser expressos, de maneira a dificultar que as pessoas exibam apenas aquilo que avaliam que o pesquisador deve ou quer escutar, possibilitando, então, desvelar processos criados por elas em sua vida diária.

A construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real se dá com base nos acervos patrimoniais, históricos e artísticos dos séculos XVIII e XIX, nas tradições, no estilo de vida, nas festas populares, cívicas e religiosas, no artesanato, e na culinária. Constatou-se, neste estudo que o projeto Estrada Real conta com grande potencial turístico, na medida em que se dispõem de atrativos naturais, como, cachoeiras e balneários, além de prédios coloniais, muitos artigos históricos, uma culinária que é referência nacional e a própria trilha histórica do ouro, constituindo-se na maior rota turística do Brasil. Enfim, a Estrada Real é possuidora de uma imagem forte, bela, atrativa e potencial.

O principal aspecto negativo enfatizado pelos entrevistados prende-se à falta de campanhas efetivas, limitando-se apenas a existência de um *site* oficial, que sequer é divulgado. Ou seja, há pouco, ou nenhum, investimento em marketing em prol do projeto. Outro é a falta de organização e integração por parte dos municípios abrangidos. Além disso, ressaltaram

a falta de cuidados com a preservação e de valorização adequada de determinados locais, especialmente nas cidades com menor fluxo de turistas. A falta de estrutura do próprio projeto e o baixo investimento em infraestrutura para receber o turista, afetam diretamente a questão da frequência de retorno do turista ao local. Isso porque, sendo bem recebido, tende a voltar, mas se for mal recebido ou sofre com imprevisto pela falta de infraestrutura, além de não mais voltar, deixa de indicar o local a conhecidos e parentes.

Em campo, foi possível identificar que se o projeto Estrada Real continuar conduzido da maneira como está, sem os cuidados necessários, o planejamento devido e comprometimento com sua sustentabilidade e sua exploração no futuro, corre-se o risco de deixar turistas seduzidos pela promessa de um gigantesco e supostamente bem estruturado projeto turístico frustrados com as diversas deficiências que se apresentam em todo o percurso, apesar das belezas naturais e culturais de cada localidade.

As possibilidades de comprometer negativamente a imagem de um atrativo com imenso potencial, um dos mais importantes de Minas Gerais, como é a Estrada Real, são evidentes, por falta de uma correta política de exploração turística e de um bom planejamento público. O maior ponto de conflito está exatamente no fato de que o Instituto Estrada Real já considera a Estrada Real como sendo um produto turístico constituído e acabado, o que, em verdade ainda não se configurou.

Ainda que esforços tenham sido feitos para se obter uma elaboração satisfatória deste estudo, foram apuradas limitações na pesquisa. Por se tratar de um tema que ainda se apresenta como “novo” no Brasil, identificou-se uma carência de estudos na área da Administração voltados para o marketing de lugares no que se refere a estudos que assumam o Brasil como *lócus* de pesquisa. Por esta razão, recorreu-se à literatura estrangeira em busca de estudos a respeito do tema. Destaca-se também a dificuldade de chegar aos vários distritos do Caminho Velho da Estrada Real. Em razão destas limitações, o projeto Estrada Real precisa ser revisto, reorganizado e reestruturado, além de beneficiar-se de incentivos e investimentos, já que potencial possui.

A principal contribuição deste estudo para o ambiente acadêmico prende-se ao destaque do método de estudo, ainda pouco explorado no contexto do marketing de lugares. Por meio da realização deste estudo, será possível ampliar as visões a respeito da pesquisa etnográfica, que tem servido a muitos propósitos e propiciado dados para pesquisadores de várias abordagens teóricas e diferentes disciplinas. Espera-se que a pesquisa contribua para a divulgação do método e incentive sua utilização, pois a cultura, o turismo e a Administração estabelecem uma estreita relação.

Constatou-se, de outro lado, que conhecer as cidades que fazem parte do Caminho Velho da Estrada Real é empreender uma fascinante viagem no tempo e apreciar um dos mais valiosos patrimônios culturais da humanidade. Em meio a paisagens naturais de extrema beleza, o turista se encanta com o esplendor da arte barroca em igrejas e museus, revive a atmosfera de importantes momentos da história do País e desfruta da famosa hospitalidade do povo mineiro.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, M. C. **Receita de mineiridade: a cozinha e a construção da imagem do mineiro**. Uberlândia: Edufu, 1997.
- AFONSO, J.; MARTINO, N.; BOAS, M. V.; PODESTÁ, R.; FÉLIX, C. **Minas de tantos geraes**. IL. V.2. Belo Horizonte: Veredas Editora, 2015. 320p.
- AGUIAR, M. S. **Poesia e identidade em Minas Gerais: a construção da memória**. Cadernos de história. V.9 n.11. p.99-111. Belo Horizonte, 2007.
- ANDRADE, C. D de. **Carlos Drummond de Andrade: poesia e prosa**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, p.433. 1992.
- ANDRADE, C. D. de. **Poesia completa e prosa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1973.
- ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.
- ANGHINETTI, H. **Turismo em Minas Gerais: perspectivas, desenvolvimento e atividade econômica**. In: Coletânea turística 2006. Rio de Janeiro: CNC, p. 31-41, 2006.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Brasil: Artmet. 2008.
- ANHOLT, S. F. **Journal of Brand Management**, 9(4/5), 229–239. 2002.
- ARRUDA, M. A. **Mitologia da Mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- ASHWORTH, L., DACIN, P., THOMSON, M. **Why on earth do consumers have relationships with marketers?** Toward understanding the functions of brand relationships. In D. J. Macinnis, C. W. Park, & J. R. Priester (Eds.), *Handbook of brand relationships* (pp. 82-106). New York: M.E. Sharpe, Inc. 2008.
- BANDEIRA, M. **A cinza das horas, Carnaval e O ritmo dissoluto**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1994.
- BARBARÁ, S.; LEITÃO, M. C. S.; FONTES FILHO, J. R. A governança regional em turismo: realidade? **Estudo de caso sobre o destino Estrada Real**. Cad. EBAPE.BR vol.5 no.4 Rio de Janeiro Dec. 2007.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRETO, M. **Turismo e Legado Cultural**. São Paulo: Papyrus, 2003.
- BAZTÁN, A. A. **Etnografia: metodología cualitativa en la investigación sociocultural**. Barcelona: Marcombo, 1995.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2009.

BOMENY, H. M. B. **Guardiães da razão**. Modernistas mineiros. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/ Edições Tempo Brasileiro, 1994.

BORGES, E. G. **Culinária mineira: conheça a história, origem e sabores!** 2017. Disponível em: <<https://blog.grandhotelpocinhos.com.br/culinaria-mineira-conheca-a-historia-origem-e-sabores/>>. Acesso em 28 set. 2019.

BRASIL. **Diretrizes para uma Política Nacional de Turismo**. 2009. Brasília: EMBRATUR.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico de Turismo: 2017**, volume 44, ano base 2016, jan. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas**. Brasília, 2017.

CABRAL, A. F. **O sertão norte mineiro**. Montes Claros, MG: Gráfica Polígono, 2005.

CARDOSO, J. M. A. **A Região Norte de Minas Gerais: um estudo da dinâmica de suas transformações espaciais**. IN: OLIVEIRA, Marcos Fábio Martins de (Org). Formação social do Norte de Minas. Montes Claros MG:Ed. Unimontes, 2006, p.173-346.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARNEIRO, S. S. **A Pé e com Fé: brasileiros no Caminho de Santiago**. São Paulo: Attar, 2007.

CARVALHO, J. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 11. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. CIRCUITO TURÍSTICO TRILHA DOS INCONFIDENTES. O que é um circuito turístico? Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2010.

CLIFFORD, J. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COSTA, A. G. **Os caminhos do ouro e a Estrada Real**. In: COSTA, Antônio Gilberto (org). Os caminhos do ouro e a Estrada Real. Belo Horizonte: Editora UFMG; Lisboa: Kapa Editorial, 2005.

COUTO, M. **Conto ‘A avó, a cidade e o semáforo’**, em “O Fio das Missangas”. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre as cinco abordagens**. 3. ed. Porto Alegre: Editora Penso, 2014. 342 p.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução Magda Lopes. 2. e. Porto Alegre: ARTMED, 248p. 2010.

CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2001.

DE LA TORRE, O. **El turismo fenómeno social México**, Fondo de Cultura Económica, 2009.

DELFORGE, A. H. **A Arqueologia da Estrada Real**, FAPEMIG, PUC- Minas, Belo Horizonte, 2008.

DIAS, F. C. **Mineiridade: construção e significado atual**. CL & TrÓft, Recife, 13(7): p.73-89. 1985.

DIAS, R. **Turismo Religioso: ensaios e reflexões**. Ed. Alínea, 2003.

DIAS, R.; AGUIAR, R. M. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas: Alínea, 2002.

DINIZ, M. **Projeto mapeia cachoeiras da Estrada Real**. 2016. Disponível em: < <https://catracalivre.com.br/viagem-livre/projeto-mapeia-cachoeiras-da-estrada-real/> >. Acesso em 24 set. 2019.

DULCI, O. S. **Política e recuperação econômica em Minas Gerais**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

ERICKSON, F. **Qualitative research on teaching**. In M. Wittrock, Handbook of research on teaching. New York: MacMillan, 1986.

ESCHWEGE, W.L. Pluto Brasiliensis. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 2002. Volume I.

FAUSTO, B. **História Concisa do Brasil**. São Paulo: Edusp/Imprensa Oficial, 2002.

FERNANDES, R.; GAMA, R. **As cidades e territórios do conhecimento na óptica desenvolvimento e do marketing territorial**. In: Actas do V Colóquio da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (APDR): “Recursos, Ordenamento, Desenvolvimento”. APDR e Escola Superior de Tecnologia de Viseu, 15 a 17 de setembro de 2006.

FERRAND, P. **O ouro em Minas Gerais**. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, Centros de Estudos Históricos e Culturais, 1998.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed., Porto Alegre: Editora Penso, 2009. 408 p.

FONSECA, R. C. **Metodologia do trabalho científico**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2009.

FREIRE, F. **Aquarelas de Paraty**. Aquarelas de Paraty. São Paulo: Alter Market, 2006.

GASTAL, S. **Lugar de memória**: por uma nova aproximação teórica ao patrimônio local. In: GASTAL, Susana (org). **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2017.

GEERTZ, C. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos. 1989.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 178 p.

GIRARD, R. **A violência e o sagrado**. Trad. Martha C. Gambini. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

GODOY, A. S. **Estudo de caso qualitativo**. In: Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. SILVA, A. B.; GODOI, C.K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R. (Org.). São Paulo: Saraiva, 2006.

GOMES, B. M. A; SANTOS, A. C. **Influências das políticas públicas de Turismo nas transações entre os agentes**: uma análise sob a ótica da ECT. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 1, n. 2, p. 72-100, dez. 2007.

GORENDER, J. **O escravismo colonial**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1978.

GOVERS, R., GO, F. **Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced**. Palgrave MacMillan. ISBN: 978-0-230-23073-6. 2009.

GUBA, E.; LINCOLN, Y. **Competing paradigms in qualitative research**. In: DENZIN, Norman; Lincoln, Yvonna. (Ed). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994.

GUERRA, A.; OLIVEIRA, E. H.; SANTOS, M.. Estrada Real—análise crítica das políticas de exploração turística da estrada real adotadas pelo governo do estado de Minas Gerais no período de 1999 a 2003. **Monografia do curso de especialização em**

Turismo e Desenvolvimento Sustentável, Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, 2003.

GUIMARÃES, C. M.; MOREIRA, M. Cartografia, Arqueologia e História das Minas Gerais (Séculos XVIII e XIX). **Anais do I Simpósio Brasileiro de Cartografia Histórica**, v. 1, n. 1, 2011. <https://www.ufmg.br/rededemuseus/crch/simposio/GUIMARAES_CARLOS_MAGNO_E_MOREIRA_MARIANA_G.pdf>. Acesso em 26 set. 2019.

HUNZIKER, W.; KRAPP, K. **Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre**. Berna University: Zurique, 2004.

IGLÉSIAS, F. **Trajetória Política do Brasil, 1500 – 1964**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

INSCH, A. F. M. A great place to live, work and play: Conceptualising place satisfaction in the case of city residents. **Journal of Place Management and Development**, Vol. 1, 2008.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Inventário Nacional de Referências Culturais**. Manual de Aplicação. Brasília: IPHAN, 2018. INSTITUTO ESTADUAL DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO DE MINAS GERAIS. Disponível em <<http://www.iepha.mg.gov.br/>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

INSTITUTO ESTRADA REAL. **Queijo do Serro**. Disponível em: <<http://www.institutoestrada-real.com.br/destaques/detalhe/93>>. Acesso em 25 set. 2019.

INSTITUTO ESTRADA REAL. Disponível em <www.estrada-real.org.br>. Acesso em: 18 jun. 2018.

INTERNACIONAL CHAOYANG ESTRADA REAL. **O evento**. Disponível em: <<http://internacionalestrada-real.com.br/o-evento/>>. Acesso em 24 set. 2019.

JOFFILY, B. **Isto É Brasil 500 anos**. Atlas Histórico. São Paulo, Grupo de Comunicação Três S/A, 1998.

KAVARATZIS, M; ASHWORTH, G. Place Marketing: how did we get here and where are we going, **Journal of Place Marketing and Development**, Vol. 1. 2008.

KOTLER, P.; GERTNER, D.; REIN, I.; Haider, D. **Marketing de Lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**, São Paulo, Prentice Hall, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIMA, A. A. **Voz de Minas**: ensaio de sociologia regional brasileira. Rio de Janeiro: Vozes: Educam, 2000.

LOCALIZA, H. **Relaxando na Estrada Real – Caxambu e o Parque das Águas**. Disponível em: < <https://medium.com/localizahertz/relaxando-na-estrada-real-caxambu-e-o-parque-das-%C3%A1guas-e3c16129f60e>>. Acesso em 25 set. 2019.

MADSEN, H. **Place-marketing in Liverpool**: a review. Events and debates, p. 633-640, 2002.

MARTINS, S. **Caminhos de Minas**. São Paulo: Editorações, Publicações e Comunicações, 1992.

MERA, A.; LÓPEZ, O. **Aplicaciones de Marketing**, Universidad de Extremadura, Primera edición, Badajoz, 2005.

MINAS GERAIS. Decreto 41205, de 09 de agosto de 2000. **Dispõe sobre o Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real**. Belo Horizonte, 2000. Disponível em: <www.turismo.mg.gov.br/Estradareal/estradareal>. Acesso em: 27 nov. 2018.

MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Turismo. **Plano Setorial de Turismo de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2006.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

NICOLAS, D. H. **Elementos para un análisis sociogeografico del turismo**. In: OCKE, M. A. M., IKEDA, A. A. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. **Rev. Adm. São Paulo**. vol.49, n.4, pp.671-683. ISSN 0080-2107. 2014.

OLIVEIRA, R. C. **Os diários e suas margens**. Brasília, UNB, 2002.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Recomendaciones sobre estadísticas de turismo**, Msdrid, 2009.

PÁDUA, L. C. T. **Diagnóstico de sustentabilidade turística do caminho dos viajantes – projeto estrada real – MG**: os mapas mentais. Belo Horizonte, 2007.

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

PEREIRA, J. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais.** 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

PEREIRA, M. F. Músicas da propaganda institucional/2011 da Rede Globo Minas: revisitando memórias de Minas Gerais. **Entremeios: revista de estudos do discurso**, n. 5, p. 1-8, 2012.

PERNISA, M. B. A construção simbólica da identidade mineira no telejornal da Rede Minas. **Entremeios: revista de estudos do discurso**, N.8 p. 25-38, 2011.

PERRIN, D. **Inconfidência Mineira: causas e consequências.** Brasília: Coordenada, 1969.

PIRES, M. J. **Raízes do Turismo no Brasil.** Hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX. Barueri: Manole, 2017.

PRADO, A. Bagagem. (1976). In: **Poesia Reunida.** 10 ed. São Paulo: Arx, 2015, p. 119.

PREFEITURA MUNICIPAL DE POUSO ALTO.

<https://pousoalto.mg.gov.br/blog/page/47/>. Acesso em: 17 de jan. de 2019.

RAINISTO, K. S. **Success factors of Place Marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States,** Helsinki University of Technology, Doctoral Dissertations, 2003.

RAO, V.; WALTON, M. **Culture and Public Action.** Stanford: Stanford University Press, 2004.

RENGER, F. E. A origem histórica das estradas reais nas minas setecentistas. IN: RESENDE, M. E. L.; VILLALTA, L. C. **As Minas Setecentistas.** Belo Horizonte: Autêntica; Companhia do Tempo, 2007.

RIBAS, M. C. **A história do caminho do ouro em Paraty.** Paraty: Contest Produções Culturais. 143 pp. 2003.

ROCHA, S. M. **A “mineiridade” em questão: do discurso mítico ao discurso midiático.** Tese de doutorado. Escola de Comunicação. UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

RODRIGUES, A. A. B (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

RODRIGUES, M. **Preservar e Consumir**: o patrimônio histórico e o turismo. In: FUNARI, P. P.; PINSKY, J. Introdução. In: FUNARI, P. P.; PINSKY, Jaime (org.). Turismo e Patrimônio cultural. 3ª ed. São Paulo: Editora Contexto, p. 15-26, 2003.

ROJEK, C; URRY, J. **Touring Cultures**: Transformations of Travel and Theory. Routledge: London and New York, 2005.

ROSA, B. M. **Turismo y gestión cultural en las Islas Canarias: apuntes para una refelexión**. Pasos, v. 1, n 1, p. 105-110, 2003. Disponível em <<http://www.pasosonline.org>>. Acesso em 18.04.2019.

ROSA, J. G. **Sagarana**. 2. ed. Rio de Janeiro: Universal, 1992.

SAAD CORRÊA, E. Comunicação digital e novas mídias institucionais. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional**: Históricos, Fundamentos e Processos. Vol. I. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 317- 335.

SABINO, F. **Minas Enigma**. In: A inglesa deslumbrada. Rio de Janeiro: Record, 1982.

SANTOS, M. **Estradas Reais**: Introdução ao Estudo dos Caminhos do Ouro e do Diamante no Brasil. Belo Horizonte: Editora Estrada Real, 2001.

SARMENTO, M. **Análise dos impactos do turismo no desenvolvimento sustentável das regiões**. In: Boiteux, Bayard (org). **Lições de turismo**. Rio de Janeiro: UniverCidade, p.12-35, 2004.

SETUR-MG. **Política Estadual de Turismo**. Disponível em: <www.turismo.mg.gov.br/Pagina_setur/setur >. Acesso em: 23 nov. 2018.

SILVA JÚNIOR, J. H. **A política interna de Turismo no Brasil (1992-2002)**. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2003.

SILVA, V. G. D. **O antropólogo e sua magia**. São Paulo: Edusp, 2000.

SISTEMA INTEGRADO DE CONHECIMENTO E GESTÃO. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - SICG. Ministério da Cultura. 2010.

TELLES, D. H. Q. **Possibilidades de reorganização territorial apoiada na imagem náutica a partir de Angra dos Reis/RJ**. Tese (Doutorado em Geografia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Departamento de Geografia. Universidade de São Paulo, 2012.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 284 p.

VASCONCELLOS, S. de. **Mineiridade:** Ensaio de caracterização. Belo Horizonte: Editora Imprensa Oficial, 1968. São Paulo: Abril Cultural, 1981.

ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO – TCLE

Prezado(a) Senhor(a),

Gostaria de poder contar com sua colaboração para a realização da pesquisa que tem como título “MARKETING DE LUGARES: Dinâmicas de desenvolvimento do Caminho Velho da Estrada Real”, que será desenvolvida no Centro Universitário Unihorizontes por mim, Alexandre Gomes Nick (alexandrenick1@yahoo.com.br), telefone (31) 99245-0502, aluno do Programa de Mestrado em Administração, da linha de pesquisa em Estratégia, Inovação e Competitividade, sob a orientação da Professora Dra. Caissa Veloso e Sousa.

A pesquisa tem por objetivo descrever e analisar como é realizado a construção da imagem das cidades históricas que compõem o Caminho Velho da Estrada Real por meio do marketing de lugares.

Acrescento que tanto a instituição como atores participantes são livres para desistir de participar da pesquisa a qualquer momento sem correr o risco de discriminação ou represália por parte do pesquisador além de não ter despesas ou ônus para participar deste estudo. Acrescento, ainda, que os dados coletados serão utilizados para publicação científica, respeitando a não identificação pessoal dos participantes segundo a Resolução do Código de Ética da pesquisa com seres humanos, Resolução 196, de 10 de outubro de 1996. Para mais informações, o telefone do comitê de ética em pesquisa do Centro Universitário Unihorizontes é (31) 3293-7000.

Atenciosamente,

Alexandre Gomes Nick

Pesquisador responsável

Alexandrenick1@yahoo.com.br

Via do Entrevistado

Colaborador ciente do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Eu, _____, confirmo que fui informado (a) dos objetivos da pesquisa “MARKETING DE LUGARES: a construção da imagem de cidades históricas do Caminho Velho da Estrada Real”, de maneira clara e detalhada e tive oportunidade de esclarecer minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar da pesquisa, se assim o desejar. Declaro que concordo em participar e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Participante

Nome: _____

Identidade: _____

Pesquisador

Nome: _____

Identidade: _____

ANEXO B

LEI N.º 13.173/99, de 20/01/1999

Dispõe sobre o Programa de Incentivo ao
Desenvolvimento do Potencial Turístico da
Estrada Real.

O Povo do Estado de Minas Gerais, por seus representantes, decretou e eu, em seu nome, sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - O Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real, a ser criado pelo Poder Executivo, obedecerá ao disposto nesta Lei.

Parágrafo único - Para os efeitos desta Lei, consideram-se Estrada Real os caminhos e suas variantes construídos nos séculos XVII, XVIII e XIX, no território do Estado.

Art. 2º - São objetivos do Programa:

- I - Possibilitar o incremento da arrecadação do Estado e dos municípios mineiros;
- II - Incentivar o investimento privado no território do Estado;
- III - Promover a alteração do perfil de distribuição de renda e elevar o nível de emprego da população do interior do Estado;
- IV - Promover e divulgar a atividade turística interna e de lazer no Estado;
- V - Resgatar, preservar e revitalizar os pontos de atração turística e de lazer já existentes, bem como os sítios arqueológicos, espeleológicos e paleontológicos e as paisagens naturais não exploradas, interligados pela Estrada Real.

Art.3º- Compete ao Poder Executivo a administração e a gerência do Programa, nos termos das leis nºs 12.396 e 12.398, ambas de 12 de dezembro de 1996.

§ 1º - Fica assegurada a participação de representantes de instituições ou entidades ligadas à historiografia, ao turismo, ao meio ambiente e a outras atividades afins no planejamento, na execução e na fiscalização do disposto nesta Lei.

§ 2º - A Empresa Mineira de Turismo - TURMINAS -, órgão gestor do Programa, definirá a forma de participação dos representantes citados no parágrafo anterior.

§ 3º - Cabe à TURMINAS definir e regulamentar o disposto no § 1º deste artigo, sem prejuízo de suas atribuições legais.

§ 4º - Serão destinadas dotações no orçamento do Estado, com rubricas específicas, nas unidades orçamentárias envolvidas na criação, na administração e na fiscalização do Programa.

Art. 4º - Compete ao órgão gestor providenciar, no âmbito de sua competência:

- I - O levantamento de dados e a organização de pesquisas históricas que possibilitem o mapeamento da Estrada Real em território mineiro;
- I - A identificação e a divulgação de áreas abrangidas pelo Programa adequadas à prática

do turismo e do lazer;

II - A pesquisa e a divulgação das manifestações culturais relacionadas com a Estrada Real, especialmente no que se refere ao folclore regional e local;

III - A celebração de convênios com entidades de direito público ou privado para a execução do disposto nesta Lei;

IV - A criação ou a revigoração de mecanismos institucionais de ação conjunta com associações de municípios e outros Estados da Federação, para a realização dos objetivos desta Lei:

Art. 5º - Serão concedidos, na forma da lei, compensação financeira, incentivo fiscal ou crédito - aos empreendimentos turísticos e de lazer existentes e a serem implantados ao longo dos caminhos da Estrada Real;

I - Aos proprietários de terrenos cortados por trechos da Estrada Real considerados de interesse histórico ou sociocultural, desde que os preservem ou revitalizem;

II - Aos proprietários de áreas de interesse ecológico ou paisagístico adjacentes à Estrada Real ou por ela cortadas, desde que as preservem ou revitalizem;

Aos municípios cortados pela Estrada Real ou a ela adjacentes, desde que direcionem recursos para atividade turística relacionada direta ou indiretamente com a Estrada Real, no montante mínimo equivalente à compensação financeira recebida e definida nos termos da lei.

Parágrafo único - A revitalização e a recuperação previstas neste artigo obedecerão a parecer e orientação dos órgãos técnicos competentes.

Art.6º - O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de sessenta dias contados do início de sua vigência.

Art. 7º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. Art. 8º - Revogam-se as disposições em contrário.

Dada no Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 20 de janeiro de 1999.

Itamar Franco - Governador do Estado

ANEXO C

DECRETO N.º 41.205/00, de 08/08/2000

Regulamenta a Lei nº 13.173, de 20 de janeiro de 1999, que dispõe sobre o Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real.

O Governador do Estado de Minas Gerais, no uso de atribuição que lhe confere o artigo 90, inciso VII, da Constituição do Estado, e tendo em vista o disposto no artigo 6º da lei nº 13.173, de 20 de janeiro de 1999,

D E C R E T A:

Art. 1º - O Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real, a que se refere a Lei nº 13.173, de 20 de janeiro de 1999, obedecerá ao disposto neste Decreto.

Parágrafo único - No texto deste Decreto as expressões Programas de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real e Programa Estrada Real se equivalem para fins de direito.

Art. 2º - Para os fins deste Decreto, consideram-se Estrada Real os caminhos e suas variantes construídos nos séculos XVII, XVIII e XIX, no território do Estado.

Art. 3º - São objetivos do Programa Estrada Real:

I - Possibilitar o incremento da arrecadação do Estado e dos municípios mineiros;

II - Incentivar o investimento privado no território do Estado;

III - Promover a alteração do perfil de distribuição de renda e elevar o nível de emprego da população do interior do Estado;

promover e divulgar a atividade turística interna e de lazer no Estado;

IV - Resgatar, preservar e revitalizar os pontos de atração turística e de lazer já existentes, bem como os sítios arqueológicos, espeleológicos e paleontológicos e as paisagens naturais não exploradas, interligados pela Estrada Real.

Art. 4º - Compete ao Poder Executivo a administração e a gerência do Programa Estrada Real.

Art.5º - A Empresa Mineira de Turismo - TURMINAS - é o órgão gestor do Programa Estrada Real, com a assessoria de um Conselho Consultivo composto de 12 (doze) membros e igual número de suplentes, designados pelo Governador do Estado para um mandato de 2 (dois) anos, permitida a recondução.

Art. 6º - Compõem o Conselho Consultivo:

I - O Secretário de Estado do Turismo;

II - O Presidente da TURMINAS;

III - 1 (um) representante da Secretaria de Estado da Cultura;

IV - 1 (um) representante da Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável;

V - 1 (um) representante da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais; VI - 1 (um) representante do Instituto Histórico e Geográfico de Minas Gerais;

VII - 1 (um) representante da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, em Minas Gerais;

VIII - 1 (um) representante da Associação Mineira de Municípios;

IX - 1 (um) representante do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, em Minas Gerais;

X - 1 (um) representante do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais;

XI - 1 (um) representante do Instituto Estrada Real;

XII - 1 (um) representante de, no mínimo, três Organizações Não Governamentais ligadas aos objetivos do Programa Estrada Real, eleito por colégio eleitoral das interessadas.

Parágrafo único - Caberá ao Secretário de Estado do Turismo indicar os representantes das entidades referidas nos incisos VI a XII deste artigo, caso não o façam no prazo de 45 (quarenta e cinco) dias contados da vigência deste Decreto.

Art. 7º - O Conselho Consultivo será presidido pelo Secretário de Estado do Turismo e terá como Secretário Executivo o Presidente da TURMINAS.

§ 1º - O Presidente do Conselho Consultivo será substituído, em suas ausências e impedimentos, pelo Secretário Executivo.

§ 2º - Nas ausências e impedimentos do Presidente e do Secretário Executivo, as reuniões do Conselho Consultivo serão presididas pelo Subsecretário de Estado do Turismo ou por quem o Presidente designar.

Art. 8º - O Conselho Consultivo se reunirá ordinariamente uma vez por mês e, extraordinariamente, quando convocado pelo Presidente ou pela maioria simples de seus membros.

§ 1º - Perderá o mandato o membro que deixar de comparecer a 2 (duas) reuniões consecutivas ou 3 (três) alternadas durante um ano, sem prévia justificação.

§ 2º - O membro será substituído, em suas ausências e impedimentos, pelo suplente respectivo.

Art. 9º - O membro do Conselho Consultivo não será remunerado pelo exercício de suas funções.

Art. 10 - Compete ao Conselho Consultivo:

I - Sugerir planos de ação visando alcançar os objetivos do Programa Estrada Real;

II - Colaborar com a Secretaria de Estado do Turismo e a TURMINAS na elaboração da proposta orçamentária anual do Programa Estrada Real;

III - Opinar sobre propostas de convênios e outros instrumentos de interesse do

Programa Estrada Real em que haja participação de órgãos ou entidades públicas e particulares;

IV - Sugerir e opinar sobre assuntos referentes ao desenvolvimento do potencial turístico da Estrada Real;

V - Assessorar a TURMINAS nos atos de gestão do Programa Estrada Real;

VI - Oferecer subsídios em questões referentes a compensação financeira, incentivo fiscal ou crédito envolvendo o turismo na Estrada Real;

VII - Elaborar seu regimento interno.

Parágrafo único - O regimento interno estabelecerá o *quorum* mínimo para as reuniões e deliberações do Conselho Consultivo.

Art. 11 - Compete à TURMINAS, na condição de órgão gestor do Programa Estrada Real, providenciar:

I - O levantamento de dados e a organização de pesquisas históricas que possibilitem o mapeamento da Estrada Real em território mineiro;

II - A identificação e a divulgação de áreas abrangidas pelo Programa Estrada Real adequadas à prática do turismo e do lazer;

III - A pesquisa e a divulgação das manifestações culturais relacionadas com a Estrada Real, especialmente no que se refere ao folclore regional e local;

IV - A celebração de convênios com entidades de direito público ou privado para a execução do Programa Estrada Real;

V - A criação ou a revigoração de mecanismos institucionais de ação conjunta com associações de municípios e outros Estados da Federação, para a realização dos objetivos do Programa Estrada Real;

VI - Outras ações relacionadas com o desenvolvimento do Programa Estrada Real.

Art.12 - Serão concedidos, nos termos do art. 5º da Lei nº 13.173, de 20 de janeiro de 1999, compensação financeira, incentivo fiscal ou crédito:

I - Aos empreendimentos turísticos e de lazer existentes e a serem implantados ao longo dos caminhos da Estrada Real;

II - Aos proprietários de terrenos cortados por trechos da Estrada Real considerados de interesse histórico ou sociocultural, desde que os preservem ou revitalizem;

III - Aos proprietários de áreas de interesse ecológico ou paisagístico adjacentes à Estrada Real ou por ela cortadas, desde que as preservem ou revitalizem;

IV - Aos municípios cortados pela Estrada Real ou a ela adjacentes, desde que direcionem recursos para atividade turística relacionada direta ou indiretamente com a Estrada Real, no montante mínimo equivalente à compensação financeira recebida e definida nos termos da lei.

Parágrafo único - A revitalização e a recuperação previstas neste artigo obedecerão a parecer e orientação dos órgãos técnicos competentes.

Art.13 - Serão destinadas dotações no orçamento do Estado ao Programa Estrada Real

Art.14 - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação. Art.18 - Revogam-se as disposições em contrário

Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 08 de agosto de 2000.

Itamar Franco

Governador do Estado

ANEXO D

Pontos de Carimbo na Estrada Real

Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
Receptivo Minas Gerais (Retirada passaporte e certificado)		(38) 3531-1667 / 9 8802-5078	08h às 12h e 13h às 17h - Segunda e Sábado, aos domingos	Rua da Quintanda, 22 - 1º andar - Centro.
Museu do Diamante	Diamantina	(38) 3531-1382	10h às 17h - Terça à Sábado, 09h às 13h - Domingo e Feriados.	Rua Direita, 14, Centro.
Casa JK		(38) 3531-3607	08h às 17h - Terça à sábado, 08h às 13h - Domingo e Feriados	Pça Lobo de Mesquita, 266 - Centro.
Pico do Itambé Hostel (Retirada passaporte e certificado)		(38) 3531-2392 / 9 8852-2392	Todos os dias - 7:00h às 20h.	Rua Professora Darcília Godoy, 99 - Centro.
Centro de Atendimento ao Turista		(38) 3531-9532	09h às 12h e das 13h às 17h: Quarta a domingo e feriados	Pça. Antônio Fúlbio, 53 - Centro.
Bar do Ademil		(38) 3541-6076	Todos os dias - 07h às 20h	Largo do Félix Antônio, 74 - Centro.
Refúgio 5 Amigos	São Gonçalo do Rio das Pedras	(38) 3541-6037	Todos os dias - 24 horas	Largo do Félix Antônio, 165 - Centro.
Pousada do Pequeno		(38) 3541-6100	Todos os dias - 7h às 22horas	Rua Jarobá, 342, Centro
Pousada e Restaurante REFAZENDA	Milho Verde	(31) 98980-4584 / (38) 98945-4767	Todos os dias - 8h às 22 horas	Rua do Lajeado, 20, Milho Verde
Pousada Morais		(38) 3541-6034	Todos os dias - 24horas	Rua Direita, 76 - Centro.
Pousada Dona Tuca		(38) 3541-1333	24 horas - Todos os dias	Rua Hummaldt, 657 - Arraial de Baixo, Serro.
Pousada da Mariana	Serro	(38) 3541-1569	Todos os dias - 24horas	Praça Trófilo Ottoni, 44 - Centro.
Centro de Atendimento ao Turista		(38) 3541-2754	Quarta a domingo e feriados: 9h às 12h e das 13h às 18h	Rua Nagibe Mohamad, 03 - Centro.
Pousada Cardoso		(31) 9 8315-6098 / 9 8464-8006	Todos os dias - 07h às 00h	Rua Princesa Isabel, 265 - Centro.
Pousada e Restaurante Fogo e Sereno	Alvorada de Minas	(31) 3862-2018	Todos os dias - 07h às 00h	Av. Cônego José de Carvalho, 95, Alvorada de Minas
Pousada Recanto da Coruja		(31) 9 8432-8055	Todos os dias - 07h à 00h	Fonte da Clara - Alvorada de Minas.
Centro Cultura Espinhapó Tapera Real	Tapera	(31) 9866-6753 3868-5030	Todos os dias - 08h às 18horas	Rua do Carmo, 211 - Centro
Pousada Semão		(31) 3868-5045	Todos os dias - 24horas	Rua Joaquim Ávila, 134, Centro -
Loja Delícias Daqui		(31) 3868-1151	Todos os dias - 7h às 19h	Avenida JK, 11, Centro.
Secretaria de Turismo	Conceição do Mato Dentro	(31) 3868-2223.	Segunda à sexta - 8h às 17h	Praça da Saudade, 111, Saudade.
Pousada do Lago		(31) 3868-2424	Todos os dias - 24 horas	Rodovia MG 10 - km165 s/n Barro Vermelho.
Pousada Uçuri		(31) 3866-5589 / 9 9952-3904	Todos os dias - 24 horas	Rua José Batista Ferreira, 367 - Centro.
Café com Arte e Chocolate	Merro do Pilar	(31) 9 8608-6609	Todos os dias - 24 horas	Praça Professor José Policarpo, 40 A - Centro -
Pousada Lava-Pes		(31) 3836-5143	Todos os dias - 24 horas	Rua Lave-Pés, 209, Centro.
Centro de Artesanato		(31) 3836-5120	Terça à Sábado - 8h às 17h	Praça 1º de março, s/nº, Centro.
Porta do Itambé Pousada	Itambé do Mato Dentro	(31) 9 8354-1616, 8319-3273	Todos os dias - 8h às 22h	Rua Prudente de Moraes, 730, Centro.
Hotel Estrela		(31) 3836-5122	Todos os dias - 7h às 22h	Rua Central, 240 A - Centro.
Museu do Tropeiro		(31) 3839-9992 / 3839-9991	Terça a sábado 8h30min às 12h e 13h às 17h / dom 9h às 12h e 13h às 16h	Rua Travessa Professor Manoel Soares, 217 - Centro -
Pousada Quadrado	Ipoema	(31) 3833-9117 / 9 8623-5264	Segunda a sábado 7h às 20h - Domingo 7h às 17horas	Rua Moreira Pena, 147 - Centro.
Pousada Tropeiro Real		(31) 3833-9294	Todos os dias - 7h às 21h	Rua Conceição Torres Lage, 100, Centro.

Fonte: INSTITUTO ESTRADA, 2015.

Atualizado 11/09/2018	Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
	Sítio Arqueológico		(31) 9 9718-2923	Todos os dias - 9h às 16h	Rua Principal, 20 - Serra da Conceição.
	Pousada Vila Cocais	Cocais	(31) 3837-9244	Todos os dias - 8h às 18h	Rua Artidides Augusto da Fonseca, 270 Praça de Santana.
	Pousada das Cores		(31) 3837-9186 / 9 9955-4790	Todos os dias - 8h às 18h	Rua José de Almeida Matias, 380, Centro.
	Athens Palace Hotel	Santa Bárbara	(31) 9 9176-9346 / 3832-3132	Todos os dias - 24 horas	Rua Antônio Pereira Rocha, 163 B.
	SECTUR		(31) 3832-1616	Segunda à Sexta: 7h às 11h e 13h às 17h	Rua Conselheiro Afonso Pena, 116, Centro.
	Centro de Apoio ao Turista		(31) 3832-7192	Todos os dias - 08h às 17h	Rua José Felício Benevenuto 19, Sol Nascente - Casas Altas
	Restaurante La Viola	Casas Altas	(31) 9 8720-8730	Terça a sexta 19h às 23h - Sábado 11h às 2h e domingo 11h às 18h.	Praça Monsenhor Mendes 70, Centro.
	Pousada Ecopousada		(31) 8397-4654 / 3832-7473	Todos os dias - 24 horas	Rua Melquides Leandro, 1050 - Santa Quitéria.
	Centro de Atendimento ao Turista		(31) 3558-2314/1062	Quarta a domingo e feriados: 9h às 12h e das 13h às 18h	Rua Direita, 91/93, Centro.
	Pousada Contos de Minas	Mariana	(31) 3558-5400	Todos os dias - 24 horas	Rua Zírinha Camello 15 - Centro.
	Camara Municipal		(31) 3557-2747 / 3557- 6218	Segunda à sexta - 08h às 18h	Praça Minas Gerais, 89, Centro.
	Centro Cultural Sesi (Retirada passaporte e certificado)		(31) 3551-3637	Todos os dias: 09h às 19horas	Praça Tiradentes, 04 - Centro.
	Hotel Solar de Maria	Ouro Preto	(31) 3551-3150	Todos os dias - 24horas	Rua tomé Afonso, 111, Centro.
	Secretaria de Turismo		(31) 3559-3341	Todos os dias- 08 às 18h	Rua Claudio Manoel, 61 - Centro.

Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
Centro Cultural Sesi (Retirada passaporte e certificado)		(31) 3551-3637	Todos os dias: 09h às 19horas	Praça Tiradentes, 04 - Centro.
Hotel Solar de Maria	Ouro Preto	(31) 3551-3150	Todos os dias - 24horas	Rua tomé Afonso, 111, Centro.
Secretaria de Turismo		(31) 3559-3341	Todos os dias - 08h às 18h	Rua Claudio Manoel, 61 - Centro.
Hotel Ville Real		(31) 3559-4440	Todos os dias - 24horas	Rua Antônio dos Santos, 5, Santo Antônio do Leite.
Pousada Vila Mariana	Santo Antônio do Leite	(31) 3553-4115 / 9719-7548	Todos os dias - 07h às 22h	Rua Mutum 185, Chapada - Santo Antônio do Leite.
Restaurante Chale da Praça		(31) 98637-4171	Todos os dias - 10h às 14horas	Praça Juca Geraldo, 495 - Santo Antônio do Leite -
Centro Atendimento ao Turista		(31) 3732-2076 / 9 9274-2808	Segunda a sexta de 07h até as 17h. Sábados, domingos e feriados de 08h às 17h	Praça Basílica, 17, Basílica.
Pouso e Café Luizinho		(31) 3731.1775, (31) 9 9699-5956	Todos os dias - 24 horas	Rua Visconde de Congonhas, 203, Bairro Basília, Congonhas
Pousada das Pedras		(31) 3751-1438 / 9 9901-2208	Todos os dias - 24horas	Rua Lagoa Dourada, 244 - Centro.
Descubra Entre Rios	Entre Rios de Minas	(31) 3751-2310	Segunda à Sexta - 08h às 12h e 13h às 17h. Sáb 08h "as 13h	Praça Senador RIBEIRO, 242, Centro
Legítimo Rocambolê		(31) 3363-2075 / 9 9905-5128	Todos os dias - 06h às 21h	Rod. BR-383.
Pousada das Vertentes	Lagoa Dourada	(31) 3363-1103 / 9 9967 7936	Todos os dias - 06h às 21h	Rua Bom Jesus, 28, Centro.
Casa da Cultura		(31) 3363-1527	Segunda à Sexta - 09h às 11h e 13h às 17h	Rua Tancredo Neves, 495 - Centro.
ART FER Artesanato (Loja do Vava)		(31) 3335-6203	Segunda a sábado de 08h às 18h. Domingo de 08h às 12h	R. Antônio Cardoso Vale, 700 A - Pinheiro Chagas.
Departamento de Cultura e Turismo	Prados	(31) 3353-6388 / 9 9929-4275	Segunda à sexta feira 08h às 13h e de 13h às 17h	Rua José Silva Filho, 11, Centro.
Pousada Vila Olga		(31) 3431 7700 / (31) 9 9911-1999	Todos os dias - 24horas	Fim do Bairro Chagas Pinheiro, Zona Rural.
Centro Cultural SESIMINAS Yves Alves (Retirada passaporte)		(31) 3355-1503 ou 1604	Segunda - FECHADO. Terça-das 14h às 19h; Quarta e quinta- das 10h às 19h; Sexta- das 10h às 18h; Sábado- das 10h às 22h; Domingo- das 09h às 17h.	Rua Direita, 168, Centro -
Secretaria de Turismo	Tiradentes	(31) 3355-2212 / 9 9159-6130	Todos os dias - 09h às 17h	Rua Resende Costa, 71 - Centro -
Pousada do Largo		(31) 3355 -1166	Todos os dias - 24 horas	Largo das Forras, Tiradentes -



Fonte: INSTITUTO ESTRADA, 2015.

ATUALIZADO 11/09/2018	Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
	Centro de Atendimento ao turista				
	Agência Rumos em Rotas	São João del-Rei	(32) 3372-7338	09h às 12h e das 13h às 18h - Quarta a domingo e feriados.	Praça Frei Orlando, 90, Centro.
	Villa Magnólia Pousada		(32) 3372-5689	Segunda à sexta- 09h às 18h. Sábado- 09h às 16h. Domingo: 09h às 12h	Rua Padre José Maria Xavier, 35.
	Centro de Atendimento ao Turista		(32) 3373-5065	Todos os dias - 24 horas	Rua Ribeiro Bastos nº 2 - Centro, ao lado da Igreja São Francisco
	Eco Adventure	Carrancas	(35) 3327-1554	09h às 12h e 13h às 18h - Quarta a domingo e feriados	Praça Manoel Moreira, 2. (Coreto) - Centro.
	Hotel e Restaurante Roda Viva		(35) 9 8848-8265/ 9 9143-4180	08h30min às 18h - Terça a Domingo.	Rua Coronel Rosendo, 65 - Centro.
	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo		(35) 3327-1031	Todos os dias - 8h às 21h	Rua Padre Toledo Tagues, 221, Centro.
	Museu Nacional do Mangalarga Marchador	Cruzília	(35) 3346-2022 / ramal 223	Terça a domingo de 10h às 17h.	Rua Cel. Cornélio Maciel, 135 Centro
	Pousada Cruzília		(35) 3346-3000 / ramal 2936	Segunda à sexta - 8h às 11h:30min e 13h às 16h:30min	Praça Monsenhor João Cáncio,192, Centro
	Igreja de Nhá Chica	Baependi	(35) 3343-1077	Todos os dias - 24 horas	Rua Cel. Serafim Pereira, 16 - Centro
	Centro de Atendimento ao turista		(35) 3343-2555	Todos os dias - 08h às 18h	Rua da Conceição, 165 - Centro.
	Parque das Águas		(35) 3341-3266/ 9 9107-3923	09h às 12h e das 13h às 18h - Quarta a domingo e feriados	Portal de entrada da cidade
	Pousada Circuito das Águas	Caxambu	(35) 3341-3285	Todos os dias - 24 horas	Rua João Carlos, 100, Centro.
	Hotel Caxambu		(35) 3341-9300	Todos os dias - 08h às 23h	Av. Gabriel Alves Fernandes, 801, Caxambu.
	Centro de Informações Turísticas		(35) 3332-4690/ 9 8826-1100	09h às 18h - Seg. a Sexta. 09h às 17h - Sábado. 09h às 14h - Domingo	Rua Major Penha, 145, Centro .
	Novo Hotel Real	São Lourenço	(35) 3331-6280/ 9 9896-2286	24 horas - Todos os dias	Chapadão Silvério Sanchez, 3n - Centro.
	Parque das Águas		(35) 3332-3066 ou 7111	07h às 18h - Todos os dias	Rua Euripedes Prazeres, 397, Carioca
	Secretaria de Turismo	Pouso Alto	(35) 3364-1140 / 9 9151-1713	08h às 17h de segunda a sexta	Praça João Lage, s/n - Centro.
	Hotel Serra Verde		(35) 3364-1900	24h - Todos os dias	Av. Haroldo Russano 75 - Centro.
	Casa de Cultura		(35) 3363-1919	09h às 18h seg. a sexta. São 9 h às 18h e domingo 9h à 12h	Rua Hélio d'Alexandrio Sargento, 210, Centro .
	Café Mês de Ouro	Itamonte	(35) 9 9171-6629	07h às 18h - Todos os dias	R. Presidente Vargas, 149 - Centro
	Secretaria de Turismo		(35) 3363-3010	08h às 17h - Segunda a Sexta	Estrada Itamonte Alagoa, Vargem Alegre (Burraco).
	Hotel Terra Sul	Itanhandu	(35) 3361-1650/ 9 8807-6880	24h - Todos os dias	Rua Satrio Pinto, 20, Centro- Itamonte
	Secretaria Municipal de Turismo		(35) 3361-3618	08h às 17h - Segunda a Sexta	Rua Fernando Costa, 449, Itanhandu.
	Pousada São Rafael		(35) 3371-2211	Todos os dias - 24h	Rua Alexandre Moreira, 293 - Centro.
	Arte Livre Mosaico	Passa Quatro	(35) 99120-3765	9h às 17h - Terça a Sábado, 9h às 12h - Domingo	Praça Dr. Paulo Frontin, 47, Centro.
	Secretaria Turismo de Passa Quatro		(35) 3371-4312	Ferriados: 9h às 17h	Rua Capitão Nicolau Mota, 11 - Loja 01 - Copacabana
	Posto de Atendimento ao Turista		(35) 3132-7276	Todos os dias - 09h às 16h	Rua Cabo Decadato, 20, Centro .
	Kafé Hotel	Guaratinguetá	(12) 3128-2600	Terça a Domingo - 13h às 18h	Rua Frei Lucas, 23, Cen tro.
	Casa Frei Galvão		(12) 3133-7269 / 3122-3674	Todos os dias - 24 horas	Praça Dr. Benedito Meirelles, 16, Centro.
	Pouso Caminho das Artes		(12) 3111-1896 / (11) 9 9191-8155	Todos os dias - 08h às 18h	Rua Domingos Rodrigues Alves, 48 - Centro
	CUNHATUR	Cunha	(12) 3111-1170	Todos os dias - 08h às 18h	Rua Benedito Marques de Oliveira, 160 Vila Rica
	Doceria da Cidinha		(12) 3111-1170	Seg - 9:30 às 13h e das 14h às 17h. Terça, Quarta, Quinta e Sexta das 9:30 às 17:30 - Sábado 10h às 13h e das 14h às 17:30 - Domingo 10h às 15h.	Travessa Paulo Virgínia, 29 - Centro .
	Pousada do Carca (Retirada passaporte e certificado)		(24) 3371-1291	10h às 20h - Segunda a Quinta. 09h às 23h - Sexta a Domingo	Praça Cônego Siqueira, 129 - Centro.
	CIT - Centro de Informações Turísticas (Retirada passaporte e certificado)	Paraty	(24) 3371-1222	24 horas - Todos os dias . Melhor horário para retirar passaporte 14:30 as 21h.	Praça Macedo Soares, s/n (em frente a Praça do Chafariz)
	Pousada do Sandy		(24) 3371-2100	08 horas às 21 horas - Todos os dias.	Avenida Roberto Silveira, nº 02, Centro,
				Todos os dias -8h às 20h e domingo 8h às 16h	Largo do Rosário, 01 - Centro .

Fonte: INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015.

Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
Centro Informação Turística - (Retirada passaporte e certificado)			Todos os dias - 8h:30min às 17h:30min.	
Pousada 14 Bis	Petropolis	(24) 2233-1210 (24) 2231-0946	Todos os dias - 24 horas	Praça da Liberdade, S/N, Centro Histórico. Rua Buenos Aires, 192 - Centro.
Centro Cultural Estação de Nogueira		(24) 2237-3860	Ferça a sábado de 09h às 17h. Domingos e feriados - 09h às 13h	Av. Leopoldina, Centro - Nogueira.
Museu Saco Histórico Tiradentes	Paraliba do Sul	(24) 2266-0965	2ª / 3ª feira: fechado 4ª, 5ª e 6ª feira: 12h às 17h. Sáb, dom e feriado: 11h às 17h	Rua Juventino Francisco Iaranja s/n - Inconfidência.
Teatro Municipal Mariano Aranha		(24) 2263-1306	Segunda à Sexta das 12h às 18h. Finais de semana: somente quando há eventos com agendamento prévio	Avenida Ayrton Senna 238 - Centro.
Hotel Itioca		(24) 2263-1044	Todos os dias - 24 horas	Avenida Coronel João Werneck, 176, Grama.
Cabana Matense - Pousada e Restaurante	Matias Barbosa	(32) 3273-2900 / 3273-1339	Todos os dias - 09h às 17h:30min	Estrada União Indústria, 482.
Associação dos Artesãos		(32) 3273-1101	Todos os dias - 09h às 17h:30min	Praça da Bandeira, SN, - ao Lado da Estação.
Victory Suites	Joiz de Fora	(32) 3257-6904	Todos os dias - 24 horas	Rua Chancellor Oswaldo Aranha, 20 - São Matheus.
Pousada Solar dos Vieira		(32) 3233-1132 / 9 9912-0025	Todos os dias - 07h às 19h	BR-040, Km 791,5, Sítio Pôr do Sol, São Pedro.
Museu da Loucura	Barbacena	(32) 3339-1611	Ferça a domingo de 9h às 12h e de 13h às 17h	Avenida 14 de Agosto, s/nº - Floresta, Barbacena
Casa da Cultura (biblioteca Municipal)		(32) 3339-2072	Segunda à sexta - 07h às 17:30h	Rua General Câmara, 11 - Centro.
Hotel Meri		(31) 3763-8870	Todos os dias - 24 horas	Rua Coronel Albino, 3 - Centro.
Sec. Des, Econômico - Gerência de Turismo	Conselheiro Lafaiete	(31) 3769-9037	Segunda à sexta - 8h às 18horas	Rua Orival Albuquerque, 26, Campo Alegre.
Minas Platinum Hotel & Convention		(31) 3764-5900	Todos os dias - 24 horas	Rua R. Lopes Franco, 899 - Carijós, Centro.
Hotel Verdes Mares		(31) 3741-1240	Todos os dias - 24 horas	Rua Santo Antônio, 115 Centro.
PTUR - Posto de Informação Turística	Ouro Branco	(31) 3742-3866	Segunda-feira a sexta-feira 08h - 12h e 13h às 17h	Praça das Rotas s/n, Centro.
Serra Palace Hotel		(31) 3742-3848	Todos os dias - 24 horas	Rua José Pereira Sobrinho, 350 - Centro.
Biblioteca Os Bem-Ti-Vis		(31) 3742-4903 / 9 8526-9063	Segunda à sexta - 13h às 17h.	Rua Santo Antônio S/Nº - Itatiaia.
Monumento Vila Itatiaia - IEF	Itatiaia	(31) 3742-4945	Todos os dias - 08h às 18h.	Rua Santo Antônio, 389 - Vila de Itatiaia.
Restaurante Villa Itatiaia		(31) 3742-4923	Quinta à sexta - 12h às 15h. Sábado e domingo - 12h às 16h.	Rua Prudêncio Guimarães, 237- Itatiaia.
Pousada Vila de Gaia	Lavras Novas	(31) 9 8729-8827 / 3552-2167	Segunda a Quinta: 08 às 18h / Sexta e Sábado: 8h às 20h / Domingo: 8h às 14h	Rua do Chi, 280 - Centro.
Quadreros Locadora		(31) 3554-2063	Dom/Pag - a sexta-feira feriados) 9h às 17h:30m. Sáb e feriados 9h às 18h:30m	Rua Nossa Senhora dos Prazeres, 1269 - Centro.
Centro Cultural Sesi - (Retirada passaporte e certificado)			Todos os dias: 09h às 19horas	
Hotel Solar de Maria	Ouro Preto	(31) 3551-3637	Todos os dias - 24horas	Praça Tiradentes, 04 - Centro.
Secretária de Turismo		(31) 3551-3150	Todos os dias - 08 às 18h	Rua tomé Afonso, 111, Centro.
		(31) 3559-3341		Rua Claudio Manoel, 61 - Centro.

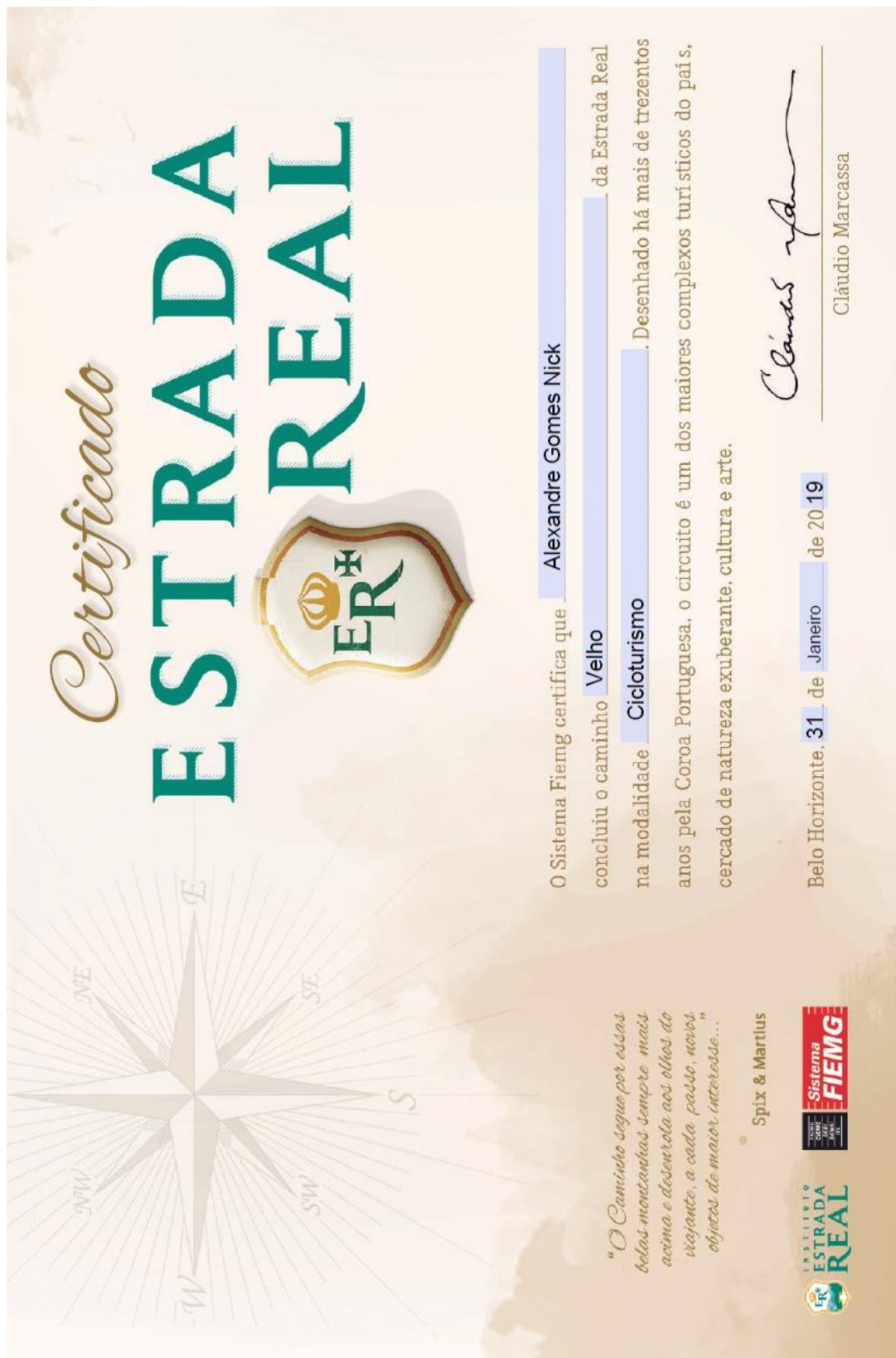
Fonte: INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015.

Nome	Cidade	Telefone	Horário de funcionamento	Endereço
Sítio Arqueológico		(31) 9 9718-2923	Todos os dias - 09h às 16h	Rua Principal, 20 - Serra da Conceição.
Pousada Vila Cocais - (Retirada passaporte e certificado)	Cocais	(31) 3837-9244	Segunda à sexta: 06h às 22h, Sábado: 07h às 23h Domingo: 07h às 18h	Rua Aristides Augusto da Fonseca, 270, Praça de Santana .
Pousada das Cores		(31) 3837-9186 / 9 9955-4790	Todos os dias - 08h às 18h	Rua José de Almeida Mattias, 380, Centro.
Hotel Pousada & Eventos Cassino		(31) 3651-8656/8898 98509-6852	Todos os dias - 24h	Rua Lisboa, 345 Bairro Europeu - Caeté
Centro de Atendimento ao Turista	Caeté	(31) 3651-8708 / 3651-8053	Quarta a domingo e feriados - 09h às 12h e das 13h às 18h	Praça Dr. João Pinheiro, 106 - Centro.
Santuário Nossa Senhora da Piedade (PONTO ESPECIAL)		(31) 3651-6335 / 3651-6784	Segunda-feira a sábado, das 8h às 18h. Domingo 7h às 18h	Alto Serra da Piedade, s/n, Penedas, Caeté .
Hotel Solar Corte Real		(31) 3671-3040	Todos os dias - 24 horas	Rua São Francisco, 345 - Centro Histórico.
Centro de Atendimento ao Turista	Sabará	(31) 3671-1403	Quarta a domingo e feriados - 09h às 12h e das 13h às 18h	Av. Expedicionário Romeu Jerônimo Dantas, s/n, Calteira.
Museu do Ouro		(31) 3671-1848	Terça-feira a sexta-feira, das 10h às 17h. Sábado e domingo - 12h às 17h	Rua da Intendência, s/n, Centro.
Pousada Circuito Real		(31) 3545-1224	Todos os dias 07h às 00h	Rua 28 de dezembro, 232 - Centro
Secretaria Municipal de Turismo e Cultura	Rio Acima	(31) 3545-1870	Segunda a sexta-feira - 08h às 17h	Avenida Governador Israel Pinheiro, 34 - Centro .
Restaurante Canto da Saracura		(31) 9 9989-3754 / 9 8401-2146	Terça a quinta: 09h - 19h. Sexta e Sab- 9h às 00h. Dmg- 9h - 19 h	Rua Joaquim Alexandre, Cocho D'água.
Bar do Domingos (Bar Casa Branca) (Retirada passaporte e certificado)		(31) 99948-7180	Todos os dias de 07 horas às 22 horas	Praça da Matriz, 03, Centro. Glaura
Hotel Fazenda Recanto das Montanhas	Glaura	(31) 3292-6034	08h às 23h - Sexta-feira a domingo	Fazenda Piqui- Glaura- Ouro Preto. Como chegar: O km 64 da Br-356 é o ponto de saída da BR para ir ao Recanto das Montanhas deste ponto faltam 12 km para chegar.
CREADS - Centro de Referência em Educação Ambiental e Desenvolvimento Sustentável		(31) 9 9626-0027	07h às 16h - Todos os dias	Engenho D'Água (divisa de Glaura e Sítio Bartolomeu)

Fonte: INSTITUTO ESTRADA REAL, 2015.

ANEXO E

Certificado Estrada Real – Instituto Estrada Real



APÊNDICE

DIRECIONAMENTO DA PESQUISA

Nome completo:	
Idade:	
Cidade em que reside:	UF:

1. Gênero:

- Feminino
 Masculino

2. Estado Civil:

- Solteiro(a)
 Casado(a) ou união estável
 Viúvo(a)
 Divorciado(a)
Outros _____

3. Escolaridade:

- Ensino fundamental
 Ensino médio
 Superior incompleto
 Superior completo
 Pós-graduação (Especialização/ MBA)
 Mestrado ou Doutorado

4. Profissão:

Construto	Perguntas
Conhecimento acerca da Estrada Real	1. Você sabe o que é o projeto Estrada Real? 2. Se sim, como você avalia o projeto Estrada Real? 3. Porque você decidiu visitar esta cidade? 4. Você já visitou alguma outra cidade que compõe a Estrada Real? Qual(is)? 5. Você conhece ou já ouviu falar dos outros caminhos que compõem a Estrada Real?
Governo e (des)governo no percurso da Estrada Real	6. Qual sua recordação mais recente da última campanha promovida pelo governo da Estrada Real? 7. São campanhas efetivas em prol da promoção do turismo na Estrada Real? 8. Acredita que as cidades que compõem o Caminho Velho da Estrada Real encontram-se bem promovidas? 9. O turismo desta cidade encontra-se suficientemente bem promovido? 10. Em sua opinião, quais outras atitudes poderiam ser desenvolvidas pelo governo em prol da Estrada Real?
Planejamento de um percurso de viagem	11. O que é turismo? 12. Que tipo de informação você acha importante pesquisar antes de visitar um novo lugar? 13. Onde você buscou informações sobre a cidade que agora visita? 14. Com qual frequência você visita esta cidade?
Imagem e Cultura: a cidade, na percepção dos entrevistados	15. Qual a imagem que a cidade lhe transmite? 16. O que o mais lhe atrai na cidade? 17. Qual a primeira imagem que você associa à cidade? 18. Qual a ocasião que lhe permitiu conhecer à cidade? 19. O que os caminhos da Estrada Real representam para você?

Roteiro de entrevista, abordando a construção histórica e cultural da imagem do Caminho Velho da Estrada Real.

APÊNDICE B

FOTOGRAFIAS DAS CIDADES VISITADAS

Ouro Preto - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Ouro Preto – MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São Bartolomeu - MG



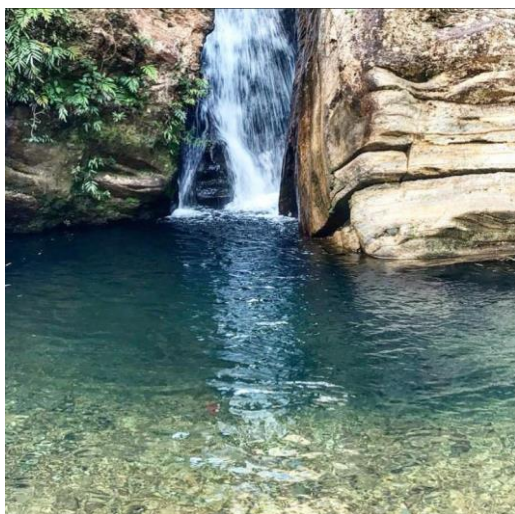
Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São Bartolomeu - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Glaura - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Glaura - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Congonhas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Congonhas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Entre Rios de Minas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Entre Rios de Minas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Lagoa Dourada - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Lagoa Dourada - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Prados - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Bichinho - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Tiradentes - MG



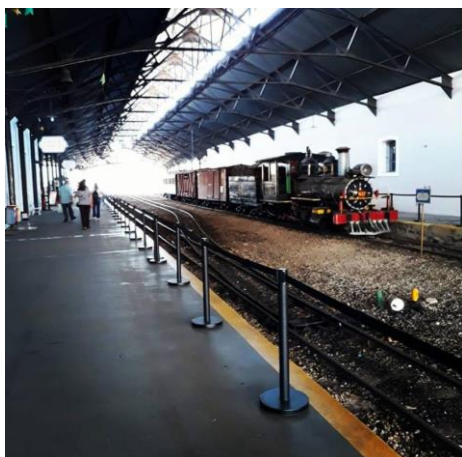
Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Tiradentes - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São João Del Rei - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São João Del Rei - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Carrancas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Carrancas - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Cruzília - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Cruzília - MG



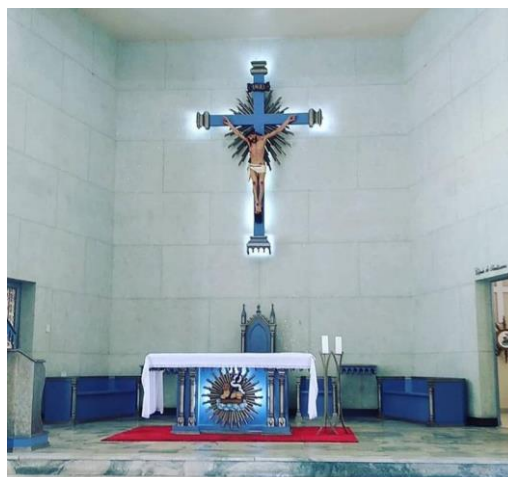
Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Baependi - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Baependi - MG



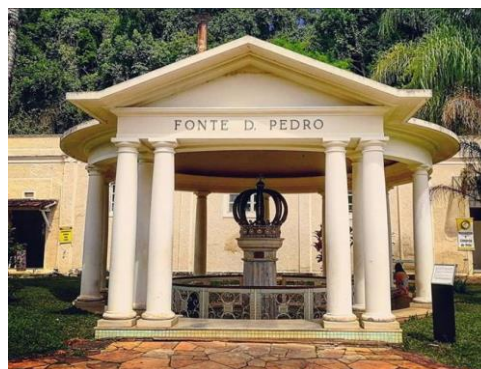
Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Caxambu - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Caxambu - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São Lourenço - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

São Lourenço - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Pouso Alto - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Pouso Alto - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Itamonte - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Itamonte - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Itanhandu - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Itanhandu - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Passa Quatro - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Passa Quatro - MG



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Guaratinguetá - SP



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Guaratinguetá - SP



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Cunha - SP



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Cunha - SP



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Paraty - RJ



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Paraty - RJ



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Marco nos Caminhos da Estrada Real



Fonte: dados da pesquisa, 2019.