

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)  
INSTITUTO DE ECONOMIA (IE)**

**CARLOS HENRIQUE NASCIMENTO DA SILVA**

**O EFEITO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NO DESENVOLVIMENTO LOCAL:  
O CASO DA ESTRADA REAL**

Rio de Janeiro

2019

CARLOS HENRIQUE NASCIMENTO DA SILVA

**O EFEITO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NO DESENVOLVIMENTO LOCAL:  
O CASO DA ESTRADA REAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para obtenção do título de Mestre em Economia.

Orientador: Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup> Carlos Frederico Leão Rocha

Coorientador: Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup> Lionello Franco Punzo

Rio de Janeiro

2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

S586 Silva, Carlos Henrique Nascimento da  
O efeito do Patrimônio Cultural no Desenvolvimento local: o caso da Estrada real /  
Carlos Henrique Nascimento da Silva. - 2019.  
114 f.; 31 cm.

Orientador: Carlos Frederico Leão Rocha.

Coorientador: Lionello Franco Punzo.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de  
Economia, Programa de Pós-Graduação em Economia da Indústria e da Tecnologia,  
2019.

Bibliografia: f. 102 –113.

1. Patrimônio Cultural – Desenvolvimento econômico. 2. Turismo. 3. Estrada Real. I.  
Rocha, Carlos Frederico Leão, orient. II. Punzo, Lionello Franco, coorient. III.  
Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Economia. IV. Título.

CDD 338.9

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário: Lucas Augusto Alves Figueiredo  
CRB 7 – 6851 Biblioteca Eugênio Gudin/CCJE/UFRJ

CARLOS HENRIQUE NASCIMENTO DA SILVA

**O efeito do patrimônio cultural no desenvolvimento local: o caso da Estrada Real**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para obtenção do título de Mestre em Economia.

Aprovado em:

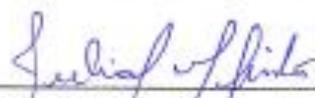
de 2019.

BANCA EXAMINADORA



Profª Drª. Marina Szapiro

Universidade Federal do Rio de Janeiro



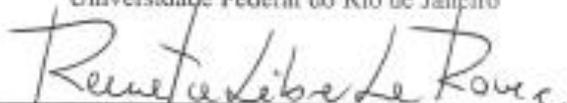
Profª Drª. Julia Paranhos de Macedo Pinto

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Profª Drª. Carlos Frederico Leão da Rocha

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Profª Drª. Renata Lèbre La Rovere

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2019

## AGRADECIMENTO

A vida de uma pessoa que cursa um mestrado acadêmico nem sempre é das mais fáceis. Além de assistir aulas, o comprometimento extraclasse acaba sendo fundamental para aproveitar, de forma eficiente, todo conhecimento que é despejado em você ao longo de dois anos.

Por conta desse ritmo intenso e do cansaço mental, que por vezes é acometido ao pesquisador, a vida particular acaba sendo alterada de forma significativa. É nesse momento que surgem pessoas especiais que demonstram todo seu carinho e te ajudam a se lembrar quem você realmente é, e porque optou por esse caminho.

Portanto, gostaria de começar agradecendo a uma pessoa especial que vivenciou toda essa jornada e que me apoiou incondicionalmente: minha esposa Nicole Bentes França. Sou muito grato por tê-la em minha vida, por sempre me apoiar e por me fazer um ser humano melhor. Suas ideias, suas correções e sua ajuda com as entrevistas foram sensacionais. Você é fundamental nessa trajetória. Obrigado.

Ao mesmo tempo, tenho uma profunda alegria e orgulho de ser filho de Rosa Helena do Nascimento e Hildebrando Martins da Silva, irmão de Gabriela Nascimento da Silva e neto de Doralina Rodrigues Andrades. Esse núcleo familiar me proporcionou as condições necessárias para que eu pudesse cursar o mestrado. Além de receber educação, amor e carinho, nunca tive que me preocupar em contribuir financeiramente com a manutenção da casa. Isso me fez ser uma pessoa privilegiada, pois, além de ter uma família excepcional, tive tranquilidade para seguir meu sonho e me tornar um pesquisador. Muito obrigado.

Não posso deixar de citar os amigos que conheci no mestrado e que me auxiliaram no entendimento das matérias e tornaram o meu dia a dia mais leve com sua amizade: Marcelo Tonom, Matheus Ramalho, Henrique Schmidt, Manoel Lopes, Nikolas Passos, Daniel Sá Earp e Gabriel Cunha.

Adicionalmente, agradeço também às pessoas que passaram pela minha vida e deixaram alguma contribuição para o meu processo de evolução como pessoa. Amigos da Ancine, familiares, amigos de infância, professores e os orientadores Carlos Frederico Leão da Rocha e Lionello Franco Punzo.

## RESUMO

As estradas reais tiveram extrema importância no desenvolvimento e na exploração do Brasil na época colonial. Além de servirem para o transporte de mercadorias, escravos e metais preciosos, foram responsáveis pelo povoamento, difusão de ideias e de culturas para o interior da colônia. Atualmente, um atrativo turístico foi elaborado em torno dessas rotas históricas. O estudo analisa os efeitos do atrativo turístico Estrada Real nas localidades de sua influência. Para tanto, foi elaborada uma pesquisa de campo em que foram entrevistadas 113 pessoas ao longo do trajeto para mapear e diagnosticar os efeitos econômicos, a forma de gestão e as externalidades que são geradas por esse patrimônio cultural e histórico. Aliado ao questionário, análises econométricas foram realizadas com o objetivo de complementar os resultados encontrados nas entrevistas. Como conclusão, a gestão da Estrada Real não é a ideal, o turismo no atrativo é passageiro e ela é considerada um bem de todos.

**Palavras-chave:** Estrada Real. Cultura e Turismo. Desenvolvimento Regional. Gestão e desenvolvimento. Patrimônio cultural. UNESCO.

## **ABSTRACT**

The royal roads were extremely important in the development and exploration of Brazil in colonial times. Besides serving for the transportation of goods, slaves and precious metals, they were responsible for the settlement, diffusion of ideas and cultures for the interior of the colony. Recently, a tourist attraction has been drawn around these historic routes. The study proposes to analyze the effects of the tourist attraction Estrada Real in the localities of its influence. For that, a field survey was carried out in which 113 people were interviewed along the way to map and diagnose the economic effects, the form of management and the externalities that are generated by this cultural and historical heritage. Allied to the questionnaire, econometric analyzes were done with the purpose of complementing the results found in the interviews. As a conclusion, it was found that the management of the Estrada Real is not ideal and that tourism in attraction is fast.

**Keywords:** Culture and Tourism. Cultural heritage. Management and development. Regional Development. Royal Road. UNESCO.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	<i>Cultural Commons</i>	44
Figura 2	Mapa do destino turístico Estrada Real	58
Figura 3	Passaporte Estrada Real	61
Figura 4	Certificado de conclusão do trajeto	62
Figura 5	Certificado especial	62
Figura 6	Mapa CRER	67

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Distribuição de entrevistas	18
Tabela 2	Distribuição de cidades	18
Tabela 3	Entrevistas por caminho da Estrada real	19
Tabela 4	Quilometragem de cada caminho	19
Tabela 5	Entrevistas Zona Rural x Zona Urbana	19
Tabela 6	Estabelecimentos	20
Tabela 7	Estabelecimentos com ou sem convênio	20
Tabela 8	Entrevista por gênero	21
Tabela 9	Casos analisados pontos positivos x pontos negativos	41
Tabela 10	Estabelecimentos com convênio	63
Tabela 11	Venda de produtos nos estabelecimentos	64
Tabela 12	Retirada de passaporte por mês	64
Tabela 13	Total de certificados por mês	64
Tabela 14	Retiradas de certificados (mai/14 a out/18)	65
Tabela 15	Tipos de turismo	65
Tabela 16	Duração de viagem	66
Tabela 17	Coefficiente de interação	70
Tabela 18	Coefficiente de interação	71
Tabela 19	Estímulo ao turismo pela ER	72
Tabela 20	Estímulo a vendas no estabelecimento pela ER	73
Tabela 21	Setores beneficiados pela ER	73
Tabela 22	Opções que a ER está ligada	74
Tabela 23	Cooperação entre os agentes	75
Tabela 24	Estímulo ao turismo pela ER (Zona Urbana x Zona Sul)	76
Tabela 25	Estímulo ao turismo pela ER (Faixa etária)	77
Tabela 26	Estímulo a vendas no estabelecimento pela ER (Faixa etária)	77
Tabela 27	Estímulo ao turismo pela ER (com/sem convênio)	77
Tabela 28	Cooperação entre estabelecimentos	78
Tabela 29	Bem de todos	81
Tabela 30	Por que é bem de todos?	81

## **LISTA DE TABELAS (continuação)**

Tabela 31	Investimentos nos estabelecimentos	82
Tabela 32	Tipo de investimento	83
Tabela 33	Pontos positivos e negativos no investimento	84
Tabela 34	Pontos positivos da Estrada Real	85
Tabela 35	Pontos negativos da Estrada Real	87
Tabela 36	Princípios design aplicadas à Estrada Real: Resumo	92
Tabela 37	Matriz SWOT Estrada Real	94
Tabela 38	Análise matriz SWOT	94
Tabela 39	Análise matriz SWOT para a Estrada Real	95

## LISTA DE SIGLAS

BDMG	Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CGE	Computable General Equilibrium
CIIC	Comitê Científico Internacional de Itinerários Culturais
CRER	Caminho Religioso da Estrada Real
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ETIS	Sistema de Indicador de Turismo Europeu
EUA	Estados Unidos da América
FIEMG	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços
ICOMOS	International Council on Monuments and Sites
MGM	Money Generation Model
NASA	National Aeronautics and Space Administration
ONGs	Organizações não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SIG	Sistema de Informação Geográfico
TURMINAS	Empresa Mineira de Turismo
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1	METODOLOGIA .....	14
1.1.1	<b>Amostra</b> .....	18
2	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	22
2.1	DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO .....	22
2.2	O PAPEL DA CULTURA NA VALORIZAÇÃO DO TURISMO E NO DESENVOLVIMENTO .....	25
2.3	O CASO DOS SITES DA UNESCO: POSSÍVEIS EFEITOS, ANÁLISE DE CASOS E LEVANTAMENTO DE FRAGILIDADES .....	30
2.4	A GESTÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO .....	43
3	<b>CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A ESTRADA REAL</b> .....	51
3.1	HISTÓRIA .....	51
3.2	ESTRADA REAL COMO DESTINO TURÍSTICO .....	54
3.2.1	<b>Criação e caracterização do atrativo Estrada Real</b> .....	55
3.2.2	<b>Estrada Real como roteiro</b> .....	61
4	<b>ESTUDO DE CASO DA ESTRADA REAL</b> .....	68
4.1	RESULTADOS QUANTITATIVOS .....	68
4.2	RESULTADOS QUALITATIVOS .....	72
4.2.1	<b>Análise das questões objetivas</b> .....	72
4.2.2	<b>Análise das questões abertas</b> .....	79
5	<b>CONCLUSÃO</b> .....	97
	<b>REFERENCIAS</b> .....	102
	<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ESTRADA REAL</b> .....	114

## 1 INTRODUÇÃO

As estradas reais, criadas pela Coroa Portuguesa no século XVII para ligar o litoral fluminense ao interior de Minas Gerais, tinham como finalidade controlar e fiscalizar toda produção e circulação de mercadorias e riquezas entre esses dois estados. Durante o Brasil Colônia, esse itinerário foi fundamental em vários aspectos, seja devido à sua influência econômica, que se deu pelo alto fluxo de mercadoria que passava por ali, seja pela sua contribuição com o povoamento e urbanização do interior do país, ou devido ao “escoamento” de ideias e culturas que foram viabilizados, atingindo diversos pontos do território brasileiro (RENGER, 2007).

No começo dos anos 2000, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), em conjunto com o Governo Estadual de Minas Gerais, implantou um projeto com o propósito de tornar as estradas reais um único destino turístico, chamado Estrada Real. Além de investimentos em marketing, sinalização, demarcação de localidades e construção de site, os agentes envolvidos ofereceram financiamentos para alguns empreendimentos ao longo da estrada e fomentaram a modernização e a melhoria de algumas cidades e de alguns pontos turísticos, visando tornar esse o maior roteiro turístico do país (ALMEIDA, 2006).

A pesquisa se propõe a abordar e explorar os efeitos que o projeto Estrada Real logrou nas comunidades integrantes do seu roteiro. Devido ao tamanho do destino turístico, que abrange mais de 1600 km, à falta de indicadores para medir os efeitos econômicos e a inexistência de um órgão centralizador para agregar dados, o poder público dispõe de poucas informações para melhorar a articulação entre os agentes na região. Essa falta de mensuração também dificulta o fomento a novos empreendimentos e a atração de novos visitantes. Portanto, tem a finalidade de analisar de que forma a cultura local pode fomentar o desenvolvimento econômico da região, inserindo os habitantes de forma sustentável.

Tem-se como hipótese a contribuição do atrativo turístico Estrada Real, com foco na história e na cultura local, para o desenvolvimento das regiões abarcadas pelo projeto. Tal verificação é realizada através de entrevistas com agentes que ofertam serviços na Estrada e Real e, também, através da análise econométrica de dados de emprego e renda da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

A motivação para a escolha do estudo de caso está no fato de que o atrativo Estrada Real pode ser uma inovação do turismo no Brasil: um turismo em que se apoia no contexto histórico, cultural e regional brasileiro para atrair visitantes e fomentar o desenvolvimento local. Esse tipo de iniciativa, apesar de ser explorada de forma consistente em países da

Europa, através do Caminho de Santiago de Compostela<sup>1</sup> e da Via Francigena<sup>2</sup>, ainda não se constitui em uma política pública deliberada com vistas à atração do turista.

Nesse sentido, o trabalho pretende ser inovador ao explorar a implementação de uma atração turística que se utiliza da roteirização e de elementos culturais e históricos para alavancar o turismo, e que não possui paralelo na América do Sul. Portanto, contribui para o preenchimento da lacuna “trabalhos relacionados à roteirização da cultura e da história”. O próprio caso da Estrada Real possui poucos estudos, considerando que é um caso multidisciplinar que abarca economia, cultura, história, turismo, arqueologia e política pública.

A relevância da pesquisa se dá no aspecto macro, uma vez que, para alcançar o desenvolvimento econômico, muitos países estão precisando diversificar suas formas de crescimento (AREZKI; CHERIF; PIOTROWSKI, 2009). Nesse contexto, o turismo cultural torna-se uma boa opção, pois pode ter um baixo custo relativo e, se bem gerenciado, pode gerar externalidades positivas para outros setores e para a localidade em que está inserido (DWYER; FORSYTH; SPURR, 2004).

Por outro lado, além de contribuir para o desenvolvimento local, o incentivo ao turismo cultural pode ajudar a frear o êxodo rural, promover e preservar a cultura regional, o patrimônio histórico e o meio ambiente (FREY; STEINER, 2010). Ou seja, devido às características multidisciplinares do objeto de análise, o estudo pode trazer *insights* em diversas áreas e contribuir com a mensuração dos efeitos econômicos e gerenciais, diagnosticando melhorias que possam ser implementadas (PENA-VEGA; NASCIMENTO, 2001).

Para tanto, têm-se como objetivos centrais: i) verificar se a construção do projeto turístico Estrada Real leva desenvolvimento até as localidades abarcadas por ele, ou seja, investigar se esse patrimônio cultural contribui para o desenvolvimento local, através da criação de emprego e renda; ii) analisar como se dá a gestão desse destino turístico, entendendo se há cooperação entre os agentes e como ela ocorre, uma vez que passa por 178 municípios e 3 estados da Federação, e possui envolvimento econômico de muitas pessoas.

Os objetivos secundários são: diagnosticar os pontos fortes e fracos do empreendimento; e propor melhorias visando o aumento do turismo sustentável, a

---

<sup>1</sup> Caminho religioso que liga a cidade de Compostela à diversas regiões da Europa. XUNTA DE GALICIA. **O caminho de Santiago**. Galiza, [2019]. Disponível em: <https://www.caminodesantiago.gal/pt/inicio>. Acesso em: 10 ago. 2019.

<sup>2</sup> Caminho religioso que liga Inglaterra à Roma. ASSOCIAZIONE EUROPEA DELLE VIE FRANCIGENE. **La Via Francigena**. Itália, [2019]. Disponível em: <https://www.viefrancigene.org/it/>. Acesso em: 10 ago. 2019.

preservação e a divulgação da cultural local e o consequente desenvolvimento das comunidades.

Ou seja, procura-se saber se a criação de marca em torno de uma cultura/história contribui para fomentar o desenvolvimento local, se existe alguém que se aproprie desses possíveis benefícios e se a gestão é participativa e colaborativa.

A metodologia empregada no trabalho é a pesquisa de campo, com abordagem quantitativa e qualitativa, utilizando como instrumento o questionário semiestruturado, aplicado ao longo dos 4 caminhos que abrangem o destino turístico Estrada Real.

Para essa pesquisa, foram entrevistadas 113 pessoas que têm alguma relação com o setor turístico ou que trabalhem em algum estabelecimento que oferte serviços aos turistas, como, por exemplo: hotéis, pontos turísticos, lojas de souvenir, lojas de artesanato, restaurantes e lojas de alimentação, agências de turismo e secretaria de governo. O questionário possui tanto perguntas fechadas, quanto perguntas abertas, para que seja possível capturar o máximo de informações que o entrevistado tenha para dar, de forma direta e eficiente, para não ocupar muito o tempo das pessoas que se disponibilizam a responder.

O trabalho está dividido em cinco capítulos, sendo o primeiro a introdução, que situa o objeto da pesquisa e o problema, os objetivos, a justificativa e o método desenvolvido. O segundo capítulo aborda a literatura acadêmica sobre o tema de desenvolvimento local através do turismo, sobre o turismo cultural e suas derivações, o patrimônio cultural na classificação da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), e a gestão de patrimônios culturais, importante para traçar paralelos com a análise do estudo de caso da Estrada Real. O terceiro capítulo contextualiza sobre a Estrada Real, sua história e estrutura. O quarto capítulo traz a descrição do estudo de caso, assim como os resultados encontrados no trabalho. O quinto e último capítulo traz as conclusões finais da pesquisa.

## 1.1 METODOLOGIA

O estudo de caso tem sido apontado como um método de pesquisa utilizado nas Ciências Sociais Aplicadas<sup>3</sup>. Caracteriza-se pelo exame detalhado de uma situação, sujeito ou ambiente, objetivando a “vivência da realidade por meio da discussão, análise e tentativa de solução de um problema extraído da vida real” (GODOY, 1995, p. 25). Em relação ao

---

<sup>3</sup> Conforme tabela da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a Economia está na área de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas. CAPES. **Tabela das áreas de conhecimento**. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/avaliacao/instrumentos-de-apoio/tabela-de-areas-do-conhecimento-avaliacao>. Acesso em: 10 jan. 2019.

formato estudo de caso, o autor afirma que é considerada a forma mais apropriada para desvendar questões específicas e entender fenômenos importantes em uma localidade.

Essa é a posição adotada por Yin (2010) ao afirmar que:

o método do estudo de caso permite que os investigadores retenham as características holísticas e significativas dos eventos da vida real - como os ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos.” (YIN, 2010, p. 24).

O estudo de caso desta pesquisa verifica e analisa a criação da Estrada Real como destino turístico, bem como se ele contribui para o desenvolvimento econômico regional. A metodologia utilizada foi o uso de um questionário, em uma entrevista semiestruturada (APÊNDICE A), respondido por produtores, comerciantes, moradores e membros de órgãos governamentais da região afetada pela criação dessa marca<sup>4</sup>. A entrevista é uma forma completa de ter acesso a dados detalhados que muitas vezes não são encontrados em documentos, registros, arquivos ou outras fontes de evidências físicas. Essa técnica contribui para uma análise ampla, onde "o pesquisador visa apreender o que os sujeitos pensam, sabem, representam, fazem e argumentam" (SEVERINO, 2007, p. 124).

Dessa forma, as perguntas foram elaboradas para caracterizar elementos básicos que são apoiados em teorias e nas hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Segundo Triviños (1987), os questionamentos em uma entrevista semiestruturada dão frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O autor afirma que a entrevista semiestruturada:

favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade (...) além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152).

Ainda sobre o tema, Manzini afirma sobre a entrevista semiestruturada:

a entrevista semiestruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista (MANZINI, 2003, p. 154).

A intenção desse tipo de entrevista é fomentar a participação limitada do entrevistador, ao mesmo tempo em que dá a oportunidade de novos assuntos surgirem ao longo do seu desenvolvimento, desde que motivados pelo entrevistado.

Para tanto, optou-se por um questionário de fácil preenchimento, com opções diretas e uma abordagem clara e concisa, de fácil entendimento. O questionário é indicado como a

---

<sup>4</sup> A Estrada Real licencia diversos tipos de produtos, estimula o turismo da região e promove a cultura local, dentre eles: café, queijo, doce de leite, cerveja, cachaça e pão de queijo.

maneira mais eficaz para se coletar dados em termos de tempo e de confiabilidade dessas informações (RYAN, 1995; MASON; BEAUMONT KERRIDGE, 2004).

Nesse sentido, o questionário foi elaborado com 6 perguntas diretas, contendo 2 ou 4 opções de resposta (sim; mais ou menos; não; não sei), e 2 perguntas diretas com a possibilidade de 6 opções de escolha. Outros preenchimentos diretos foram feitos pelo entrevistador, como por exemplo, se a localidade é rural ou urbana ou se o entrevistado é do gênero masculino ou feminino. Essa metodologia foi adotada para tornar mais fácil e ágil a coleta de dados, já que os entrevistados são pessoas comuns da localidade e não disponibilizam de muito tempo com entrevistas longas (VEAL, 2006).

Adicionalmente, a ideia foi contrabalançar os dados objetivos com dados mais detalhados, tornando o conjunto coeso (JIMURA, 2009), porém, sem que o questionário ficasse muito extenso e demorado para o participante. Ou seja, percebeu-se a necessidade de dar a possibilidade de o entrevistado se expressar de forma mais aberta e livre, sem qualquer tipo de direcionamento com respostas padronizadas, razão pela qual foram incluídas nas entrevistas 3 perguntas abertas: 2 perguntas diretas, onde o entrevistado responde “sim”, “não” ou “não sei”, e justifica a resposta; e 1 pergunta solicitando ao entrevistado que enumere os pontos positivos e negativos do destino turístico, justificando a resposta.

Pearce, Moscardo e Ross (1996) falam da necessidade de citar pontos negativos e positivos em uma entrevista, dando a oportunidade ao entrevistado de apontar os impactos do turismo para a comunidade, bem como listá-los. Os autores alertam para a falta de trabalhos que sigam essa linha.

Para a análise desta pesquisa, foram realizadas 113 entrevistas ao longo dos 4 caminhos da Estrada Real. O número de entrevistados, em cada um desses caminhos, foi proporcional ao tamanho da quilometragem dos mesmos, sendo: 46 entrevistas no Caminho Velho, 30 no Caminho Novo, 26 no Caminho dos Diamantes e 11 no Caminho de Sabarabuçu.

As entrevistas foram realizadas em 4 viagens, feitas entre o período de 1º nov. 2018 a 20 jan. 2019, abrangendo os 3 estados pelos quais a Estrada Real passa – Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais –, em 48 cidades das 178 cidades pelas quais o caminho histórico perpassa.

A escolha dos entrevistados foi aleatória: ao percorrer os caminhos da Estrada Real, optou-se por fazer a entrevista em estabelecimentos comerciais, hotel ou acomodação, loja de artesanato ou souvenir, secretaria de governo local, ponto turístico, restaurante ou loja voltada para alimentação, agência turística ou guia turístico. Proprietários e empregados dos estabelecimentos foram entrevistados, expressando seu ponto de vista sobre o turismo, sobre a

venda de seus produtos, e a coordenação entre os agentes. A escolha do entrevistado foi focada em empresas e indivíduos residentes, que ofertem algum tipo de produto para o turismo, porque além de terem contato direto com o turista, conseguem, sobretudo, ter a percepção das melhorias ou da degradação do destino turístico ao longo do tempo.

Em relação aos questionários, cabe destacar que podem ter algum nível de viés, uma vez que metade dos entrevistados possui convênio com o Instituto Estrada Real e, de certa forma, podem ter uma percepção mais otimista da exploração desse atrativo. Ou seja, o viés é um efeito positivo na avaliação da gestão do atrativo e/ou no efeito dele na geração de estímulo à atividade econômica da localidade e de seus estabelecimentos, devido à ligação direta desses indivíduos com o Instituto Estrada Real.

Na análise dos questionários foram consideradas as citações de palavras-chave para definir o percentual de menções, da seguinte maneira: se nas perguntas abertas o entrevistado respondeu algo que se relacione ao aspecto cultural da Estrada Real, a contabilização feita foi para a palavra “cultura”. Da mesma forma, em todas as citações espontâneas foram extraídas as principais ideias que o entrevistado gostaria de passar. Já nas perguntas fechadas, onde o entrevistado escolhe um setor ou um agente, foram contabilizadas as respostas citadas espontaneamente, podendo haver múltiplas escolhas.

Concomitantemente à análise qualitativa por meio das entrevistas, a pesquisa decidiu por uma abordagem quantitativa sobre o tema. Para tanto, optou-se pela utilização de dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) sobre a atividade econômica do setor turístico da região abarcada pela Estrada Real, em comparação com o mesmo setor de outras cidades de Minas Gerais que não estão na rota. A análise quantitativa consiste em uma análise estatística/econométrica de *diferenças em diferenças*, comparando ambos os conjuntos de cidades – que estão e que não estão na Estrada Real – a partir do antes e depois do começo do programa turístico Estrada Real.

O método de *diferenças em diferenças* tem sido muito importante para ajudar a mensurar os efeitos de um tratamento ou de uma política em um determinado grupo de indivíduos que o recebeu. Segundo Khandker, Koolwal e Samad (2010), são estratégias que usam dados com uma dimensão de tempo ou corte para controlar variáveis omitidas não observadas, mas fixas. Para que seja utilizado da melhor forma possível, os grupos de tratados e não tratados devem ser parecidos, para que somente o efeito do tratamento apareça nos resultados encontrados, podendo assim efetuar comparações em níveis (ANGRIST; PISCHKE, 2008).

Por conta disso, optou-se por fazer a comparação das cidades mineiras que estão na Estrada Real com as cidades mineiras que não estão no caminho turístico, por situarem-se sob a égide do mesmo governo estadual e por terem características topográficas e geográficas semelhantes<sup>5</sup>. Como na implantação de política pública nem sempre é possível que os diferentes grupos sejam iguais, tal fato requer que o pesquisador tome a devida precaução ao efetuar a comparação entre os dois grupos analisados.

A coleta de dados foi realizada por meio da entrevista semiestruturada, mas também pela pesquisa bibliográfica como embasamento na parte teórica, trabalhando conceitos como: cultura, paisagem cultural, turismo, desenvolvimento local e roteirização; buscando subsídios em diferentes áreas, como a Economia, Administração, Turismo e sociologia, abordando autores como Allaouá SAADI, Tiziana CUCCIA, Roberto CELLINI, Ilde RIZZO, Bruno S. FREY, Lasse STEINER, Charlotte HESS, JIMURA, Elionor OSTROM e Walter SANTAGATA. Além das obras impressas, a pesquisa bibliográfica foi realizada em revistas científicas eletrônicas e nas bibliotecas digitais de teses e dissertações do país. Esses elementos puderam garantir a reflexão e fundamento das ideias da pesquisa e deram embasamento para o desenvolvimento do trabalho.

### 1.1.1 Amostra

O objetivo desta subseção é trazer ao leitor informações detalhadas sobre a amostra utilizada nesta pesquisa – 113 entrevistas – fazendo recortes, tabulações e inferências acerca do comportamento da totalidade dos estabelecimentos existentes na Estrada Real.

Em relação às localidades que foram realizadas as entrevistas, têm-se os seguintes recortes, apresentados nas Tabelas 1 e 2.

**Tabela 1** – Distribuição de entrevistas

Estado	Entrevistas	Percentual
MG	94	83,2%
RJ	11	9,7%
SP	8	7,1%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

**Tabela 2** – Distribuição de cidades

Estado	Número de cidades	Percentual
MG	162	91,5%
RJ	8	4,5%
SP	7	4,0%
<b>TOTAL</b>	<b>177</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

<sup>5</sup> A topografia de Minas Gerais é acidentada com diversas montanhas e morros e não tem influência do mar sobre seu território.

Na Tabela 1 está a distribuição das entrevistas por Estado e, na Tabela 2 está a distribuição das cidades que cortam o atrativo turístico. Percebe-se que há uma preponderância de Minas Gerais e isso se reflete no planejamento do entrevistador em dar prioridade a esse Estado.

No que tange aos 4 caminhos existentes no destino turístico, a divisão das entrevistas é realizada de forma proporcional à quilometragem que o turista percorre em cada um deles, destacados nas Tabelas 3 e 4.

**Tabela 3 – Entrevistas por caminho da ER**

Caminho	Entrevistas	Percentual
Diamantes	26	23,0%
Novo	30	26,5%
Sabarabuçu	11	9,7%
Velho	46	40,7%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborado pelo autor

**Tabela 4 – Quilometragem de cada caminho**

Caminho	Quilômetros	Percentual
Diamantes	395	22,2%
Novo	515	28,9%
Sabarabuçu	160	9,0%
Velho	710	39,9%
<b>TOTAL</b>	<b>1.780</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborado pelo autor

Outro recorte elaborado, disponível na Tabela 5, foi em relação a entrevistas em zona rural e entrevistas em zona urbana, tendo o intuito de mapear a opinião dos estabelecimentos nessas áreas. Porém, durante o período das entrevistas na zona rural, houve dificuldade em encontrar estabelecimentos que oferecessem algum tipo de serviço aos turistas, justificando o baixo número de representantes em relação à zona urbana:

**Tabela 5 – Entrevistas Zona Rural x Zona Urbana**

Zona	Entrevistas	Percentual
Rural	33	29%
Urbana	80	71%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborado pelo autor

Em relação aos estabelecimentos em que a entrevista aconteceu, optou-se por dividi-los da seguinte forma:

- ✓ alimentícios – bares, restaurantes, cafeterias;
- ✓ comércio – operadora de turismo, lojas de artesanato, *delicatessen*, mercearia, lojas de produtos típicos;
- ✓ hotelaria – hotéis e pousadas;
- ✓ governo – secretarias de turismo de governo ou câmara municipal;

- ✓ atração turística – igrejas, museus, cachoeiras, e demais atrativos turísticos.

**Tabela 6 – Estabelecimentos**

<b>Estabelecimento</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Alimentício	14	12,4%
Atração turística	29	25,7%
Comércio	26	23,0%
Governo	8	7,1%
Hotelaria	36	31,9%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Esse recorte, apresentado na Tabela 6, permite visualizar que todos os estabelecimentos têm alguma relação com o turismo, pois ofertam serviços para os visitantes, ou então, são responsáveis pela gestão e planejamento do turismo nas cidades.

Um critério importante na realização das entrevistas foi a informação do convênio entre o estabelecimento e o roteiro turístico Estrada Real. Isto porque, uma das formas de roteirizar o trajeto foi instituir convênio com estabelecimentos em determinadas cidades, e “incentivar” o viajante a passar por essas instalações para obter o carimbo que dá acesso ao certificado de término do caminho. Esse mecanismo será detalhado no capítulo seguinte.

Por estarem diretamente ligadas ao atrativo, essas entrevistas podem ter um viés ao mensurar o efeito do turismo na localidade. Porém, trazem informações importantes sobre sua gestão. Portanto, optou-se por equilibrar a divisão dos que possuem convênio e dos que não possuem, exibidos na Tabela 7.

**Tabela 7 – Estabelecimentos com ou sem convênio**

<b>Possui convênio</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Não	56	49,6%
Sim	57	50,4%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

O último recorte planejado tem a finalidade de retratar, de forma aproximada, a distribuição populacional de Minas Gerais, dividindo a entrevista por gênero do entrevistado.

Segundo o censo de 2010<sup>6</sup>, o percentual de mulheres no estado de Minas Gerais era de 53,1% e o de homens 46,9%. A Tabela 8 apresenta a distribuição das entrevistas por gênero.

**Tabela 8** – Entrevista por gênero

<b>Gênero</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Homem	53	46,9%
Mulher	60	53,1%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

A divisão das entrevistas entre os diferentes grupos e o seu planejamento prévio, teve como intuito representar o recorte dos *stakeholders* envolvidos direta e indiretamente com o atrativo turístico Estrada Real, para dar maior robustez à pesquisa.

---

<sup>6</sup> IBGE. **Censo 2010**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/resultados.html>. Acesso em: 7 mai. 2019.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O objetivo desse capítulo é abordar as principais pesquisas e trabalhos sobre cultura, desenvolvimento econômico, turismo e a forma como eles podem interagir para gerar uma melhor qualidade de vida à localidade, assim como suas formas de gestão. A literatura selecionada proporciona um melhor entendimento sobre as questões que são abordadas no estudo de caso da Estrada Real. Nesse sentido, os autores e as pesquisas citadas fornecem caminhos para análises dos dados e servem de parâmetro para avaliação das externalidades negativas ou positivas manifestadas na pesquisa.

### 2.1 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO

Antes de aprofundar os efeitos do turismo no aspecto local de uma comunidade e especificar as características do estudo de caso desta pesquisa, cabe abordar a importância do setor no aspecto macroeconômico e evidenciar os efeitos de investimentos e políticas bem sucedidos na área.

Atualmente, é possível observar que alguns países tratam o turismo como uma atividade econômica relevante, fundamental para o desenvolvimento econômico da localidade. Contudo, tal relevância só teve início em meados de 1980 e 1990, com o aprofundamento da globalização e o conseqüente aumento considerável do fluxo turístico ocorrido na época. Mesmo assim, por conta da dificuldade de mensurar o efeito que esse setor tinha na economia de um país, o turismo permaneceu em segundo plano por se tratar de um tipo de exportação não padrão.

Com o passar dos anos, foram desenvolvidos modelos e mecanismos com o objetivo de avaliar os efeitos do setor turístico na economia. Por exemplo, no âmbito nacional, Brida e Pulina (2010) usam o modelo de crescimento econômico liderado pelas exportações, que considera o turismo como uma forma de exportação. É evidente para os autores que o turismo gera desenvolvimento econômico, mesmo que ele possa ser impulsionado por fatores exógenos, como ciclo econômico e preferência dos turistas. Nesse caso, o governo nacional pode desempenhar um papel muito importante na atração e manutenção do turismo, usando esse setor como motor da economia.

Já Balaguer e Cantavella-Jordá (2000) ao utilizar o turismo como motor de crescimento, para o caso espanhol, viram que existe uma relação estável de longo prazo entre crescimento econômico e expansão do turismo no país, com fortes efeitos multiplicadores para o restante

da economia. Para chegar a essa conclusão, os autores fizeram a modelagem considerando a taxa de câmbio, o produto interno bruto, e o turismo espanhol. Como conclusão, a pesquisa considera que o grande impacto do turismo na economia espanhola justifica uma política pública que visa aumentar o fluxo de turistas internacionais e aumentar a oferta de produtos turísticos. Esse é o mesmo resultado encontrado por Kadir e Jusoff (2010) para o estado da Malásia, onde o foco é o turismo de negócio. O aumento das importações e das exportações no país leva ao crescimento do turismo por conta do aumento de transações comerciais. Adicionalmente, a análise de Phiri (2014) encontra efeitos ainda mais significativos do turismo para o crescimento econômico na África do Sul. Além de gerar renda e impactar positivamente outros setores, parte significativa das divisas que entram no território através dos visitantes é usada para investimento em infraestrutura no próprio país, visando atrair ainda mais turistas.

Nessa linha de pensamento, Dwyer, Forsyth e Spurr (2004) encontram efeitos positivos da atividade turística em outros setores da economia usando os modelos econométricos de Computable General Equilibrium model (CGE)<sup>7</sup> e o Money Generation Model (MGM)<sup>8</sup>. Ou seja, segundo os autores, o turismo causa efeitos diretos e indiretos para outros ramos produtivos do país, caracterizando-se como via direta à geração de crescimento econômico, e como via indireta à geração de demanda para incrementar os serviços turísticos. Em relação ao crescimento econômico, os autores acreditam que o setor turístico pode ser responsável por grande parte do progresso do país, principalmente em momentos favoráveis da economia global, atraindo visitantes e absorvendo poupança externa. No que diz respeito à via indireta, o setor de prestação de serviços às atividades turísticas é mais estimulado com seu desenvolvimento. Os principais beneficiados são: transportes particulares, alimentação, hotelaria e comércio.

A análise de Paci e Marrocu (2013), estimada para 179 regiões, de 10 países da Europa, revela que existem correlações significativas entre o crescimento econômico da região e o aumento dos indicadores de turismo. Como fator importante, constata-se uma espécie de “derramamento” de turismo para regiões vizinhas, gerada por operadores de turismo locais e

---

<sup>7</sup> Trata-se de um modelo econométrico que simulam o equilíbrio geral da economia usando dados da economia real com o objetivo de estimar oferta, demanda e preço. Como exemplo, ver: WING, Ian Sue. **Computable general equilibrium models and their use in economy-wide policy analysis**: everthing you ever wanted to know (but were afraid to ask). USA: Science and Policy of Global Change, 2004. Disponível em: <http://www.rri.wvu.edu/CGECourse/Sue%20Wing.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

<sup>8</sup> Trata-se de um modelo econométrico que visa estimar os benefícios econômicos que uma variável traz. Como exemplo, ver: NATIONAL PARK SERVICE. **The Money Generation Model**. USA, 1990. Disponível em: <http://npshistory.com/publications/social-cience/mgm2/money-generation-model.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

também da origem do visitante. Por conta disso, os autores recomendam que, tanto os operadores turísticos quanto as políticas públicas para o setor, devem ser cuidadosamente projetados e fomentados visando a preservação dos destinos turísticos, especialmente quando são naturais ou representam patrimônio cultural e histórico.

Mas não é só o turismo que gera impacto na economia. Segundo Patuelli, Mussoni e Candela (2014), o impacto de uma recessão afeta o comportamento dos turistas que passam a buscar lugares mais acessíveis e mais perto de suas residências. Os autores utilizam um modelo gravitacional para estimar essa mudança e explicam que, além de gastarem menos em curtas distâncias, os visitantes podem estar à procura de menos estresse e de mais tranquilidade, oferecidos por pequenas distâncias. Ou seja, dependendo do contexto econômico, uma localidade turística pode receber mais visitantes de localidades vizinhas do que de outras regiões mais distantes. Esse parece ser o caso do atrativo turístico da Estrada Real em que predominam visitantes<sup>9</sup> do próprio estado de Minas Gerais com 28%, Rio de Janeiro com 15% e São Paulo com 31%, e somente 1,4% de visitantes estrangeiros (IER, 2015b).

Em relação à exploração da expertise de um local, Arezki, Cherif e Piotrowski (2009) mostram que o ganho da especialização em turismo por um país pode ser significativo, e que o maior investimento e fomento às localidades mais “propícias” ao turismo, em comparação às menos propícias, pode levar ao crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), de forma adicional, em 0,5% ao ano. Para estimar o modelo, os autores utilizam os destinos inseridos na lista de patrimônio da humanidade da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como uma forma de corrigir a endogeneidade da variável que mede a especialização do turismo em cada localidade analisada. Por outro lado, é considerada uma variável exógena a quilometragem de área costeira da localidade, pois a ideia é que ela impulsionará o turismo exogenamente. Apesar dos resultados animadores, os pesquisadores reconhecem que é muito difícil que o turismo seja o motor de uma grande economia, mas reforçam que ele pode contribuir de diversas formas para o seu desenvolvimento.

Para vislumbrar a crescente importância do turismo nos principais países desenvolvidos, pode-se citar a criação de um indicador voltado para esse setor na Europa. Ele se propõe a avaliar a evolução econômica do setor ao longo do tempo, separando seu resultado por região. Esse indicador foi criado e implementado em 2013, intitulado Sistema de Indicador de Turismo Europeu (ETIS)<sup>10</sup>, e é baseado na ideia de que o desenvolvimento sustentável e,

---

<sup>9</sup> Dados de pessoas que retiraram a certificação de conclusão do roteiro.

<sup>10</sup> Em inglês, European Tourism Indicators System

consequentemente, o desenvolvimento do turismo sustentável, deve ser perseguido por meio do envolvimento direto e da cooperação entre cidadãos, empresas privadas, formuladores de políticas, pesquisadores e Organizações não Governamentais (ONGs). O sistema se baseia em 27 indicadores principais e 40 indicadores opcionais, agrupados em quatro categorias: i) gestão do destino; ii) impacto social e cultural; iii) valor econômico; e iv) impacto ambiental<sup>11</sup>.

Além desse sistema, o turismo foi incluído em 3 objetivos da agenda de 2030 para o desenvolvimento sustentável da UNESCO: 1) crescimento econômico inclusivo e sustentável; 2) consumo e produção sustentáveis; 3) uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos (UNESCO, 2019). Estar incluído nessas metas significa que a entidade reconhece o turismo como uma das soluções para a melhoria do bem estar global.

As análises bibliográficas expostas nesse item demonstram a importância que as políticas públicas e que os países devem dar ao setor turístico. Em alguns casos, os pesquisadores determinam que o fomento a esse setor possa gerar benefícios para toda economia de forma direta e indireta. Nesse caso, uma política turística local, pode ser capaz de influenciar os aspectos macroeconômicos do país.

## 2.2 O PAPEL DA CULTURA NA VALORIZAÇÃO DO TURISMO E NO DESENVOLVIMENTO

Uma vez constatado o potencial do turismo para contribuir com o desenvolvimento econômico do país e da localidade, é possível reduzir o escopo da presente análise para apenas uma das diversas facetas do turismo, qual seja, o turismo cultural. Esse desmembramento é de extrema importância para a análise de caso da Estrada Real, uma vez que o objeto de estudo da pesquisa se utiliza da cultura local e de sua história para fomentar o turismo na região e, consequentemente, dar dinamismo à economia da localidade.

Primeiramente, para melhor entender as especificidades desse tipo de turismo, cabe conhecer a definição de cultura. Segundo o dicionário Merriam-Webster Dictionary (2002), a cultura é entendida como: (a) “o padrão de conhecimento humano, crença e comportamento que depende do homem, da capacidade de aprender e transmitir conhecimento para as

---

<sup>11</sup> EUROPEAN COMMISSION. **European Tourism Indicators System for sustainable destination management**. Bruxelas, [2019]. Disponível em: [http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en). Acesso em: 10 jan. 2019.

gerações seguintes”; e ainda como (b) “as crenças costumeiras, formas sociais e traços materiais de um grupo racial, religioso ou social”.

Já a definição adotada pela UNESCO (2017, tradução nossa) e considerada nesse trabalho é: “a cultura é todo complexo que inclui conhecimento, crenças, artes, morais, leis, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos por [um ser humano] como membro da sociedade”<sup>12</sup>.

Nesse sentido, a cultura é o principal elo de uma sociedade. É ela quem identifica os indivíduos dessa organização social e é ela quem os diferencia, de modo comportamental, de membros de outras sociedades. Assim, a partir da reunião das capacidades e hábitos adquiridos pelos membros desse agrupamento comum, cria-se a identidade de um local, que será relevante e gerará efeitos econômicos e sociais, tanto internos quanto externamente.

Os efeitos do desenvolvimento de uma identidade na esfera interna são a criação de produtos, festivais, culinária, arte e patrimônio material, todos eles vinculados à localidade e suas tradições culturais. Comumente, estados, cidades e pequenas localidades que desejam capturar tais benefícios passam a planejar e programar a cultura local como uma estratégia ampla para o desenvolvimento econômico sustentável, motivando a revitalização de bairros, de comunidades e dos centros urbanos com vistas a atrair mais visitantes. Por outro lado, o aspecto externo se manifesta através da exploração dessa singularidade de elementos, provenientes da identidade única desenvolvida no local.

O avanço da globalização e a mudança de percepção das nações em relação à importância da cultura local e de como ela pode alavancar o desenvolvimento econômico, fez surgir uma nova forma de enxergar a política pública para o setor. Essa nova maneira foi materializada durante a década de 1980, através do conceito “cidade criativa” (MARKUSEN; SCHROCK, 2009). Trata-se de um rótulo com ênfase na economia cultural que fez com que as localidades passassem a organizar esse setor para atrair capital humano, turistas e, conseqüentemente, desenvolvimento. Sendo assim, muitas regiões passaram a encomendar planos culturais, designar e direcionar incentivos para distritos culturais, construir e ampliar a capacidade cultural, e projetar novas fontes de receitas específicas para esse setor (MARKUSEN; GADWA, 2009).

Ultrapassando a esfera interna, segundo Lloyd (2006; 2002), o fomento à cultura na comunidade além de contribuir com sua revitalização, desempenha papel fundamental no desenvolvimento local por conta da atração da indústria de outros setores. Nesse mesmo

---

<sup>12</sup> Traduzido de: “Culture is that complex whole which includes knowledge, beliefs, arts, morals, laws, customs, and any other capabilities and habits acquired by [a human] as a member of society.”

sentido, Florida (2002) acredita que, locais com ambientes abertos e atraentes para pessoas talentosas e criativas de todos os tipos propiciam o surgimento e o desenvolvimento de indústrias novas, principalmente as de alta tecnologia. Isso acontece porque, ao serem atraídas para lugares diferentes e descontraídos, as pessoas criativas são uma mão de obra concentrada em um determinado espaço físico, facilitando o trabalho de recrutamento das empresas inovadoras e de tecnologia. A característica comum das pessoas criativas e procuradas por essas empresas, segundo o autor, é a atitude, ou como ele chama: “o faça você mesmo”, que se enquadra nos imperativos do capitalismo moderno.

Nesse sentido, essas localidades podem ser classificadas como distritos culturais se forem “uma área bem reconhecida, rotulada e de uso misto de uma cidade na qual uma alta concentração de instalações culturais serve como âncora de atração” (FROST-KUMPF, 1998). O autor corrobora a opinião de Lloyd (2006; 2002) e Florida (2002) e acredita que, nesse estágio, elas são capazes de estimular o empreendedorismo, atrair pessoas qualificadas e criativas, trazer empresas inovadoras, incentivar o turismo e fomentar o desenvolvimento de outros setores da economia.

Em relação à atração de visitas através da cultura local, MacCannel (1996) acredita que o turismo é o componente cultural da globalização, e o turismo cultural é um fenômeno cada vez mais importante para as cidades, tornando-as marcas mundiais, fazendo com que sejam reconhecidas ao redor do planeta pelos seus dotes culturais e, por conta disso, atraindo visitantes como uma forma complementar ao turismo tradicional. Em outro estudo sobre o assunto, Hammett e Shoal (2003) evidenciam que muitas cidades e localidades estão se firmando como destinos culturais, não só por conta da criação de uma marca atrelada ao turismo, mas também por grandes investimentos em instituições culturais. Nesse trabalho, os autores evidenciam a importância econômica do investimento em museus, pois eles além de estimularem as cadeias de valor da indústria cultural, também são capazes de proporcionar um aumento de turistas, artistas e negócios no setor da cultura.

Indo nessa linha de pensamento, Markusen e Gadwa acreditam que esses investimentos trazem externalidades positivas não somente em relação aos visitantes, mas também para os moradores das localidades:

Ao fornecer capacidade cultural local, uma cidade ou região pode capturar uma parcela maior da renda discricionária dos residentes existentes que poderia ser gasta em importações ou lazer e entretenimento em outros lugares. Pode também contribuir para o desenvolvimento de novas linhas de produtos ou serviços que comecem a ser exportadas e atrair novos moradores para os quais a qualidade de vida é mais importante do que a localização de

seus empregos e negócios (MARKUSEN; GADWA, 2009, p. 30 *apud* MARKUSEN, 2007; MARKUSEN; SCHROCK, 2009, tradução nossa)<sup>13</sup>.

Sobre a forma como esses destinos culturais se formam, Lazzeretti, Domenech e Capone (2009), em um estudo de caso para regiões consideradas como *clusters* culturais<sup>14</sup> na Itália e na Espanha, afirmam que o agrupamento dessas indústrias culturais pode ser diferente uns dos outros, e depende dos recursos e atrativos locais presentes no território, bem como das características de cada comunidade. Assim, para fomentar e estimular esse setor, políticas devem ser cuidadosamente planejadas, e devem levar as especificidades de cada lugar em consideração. Como resultado de seu trabalho, os autores concluem que “o patrimônio histórico e cultural parece ser insuficiente para gerar processos de concentração das indústrias criativas nos dois casos analisados (Itália e Espanha), mas o impacto do patrimônio artístico e cultural é mais relevante na Itália do que na Espanha” (LAZZERETTI; DOMENECH; CAPONE, 2009, p. 21, tradução nossa)<sup>15</sup>.

Essa proeminência na Itália se deve a sua dotação inicial de patrimônios históricos e culturais<sup>16</sup> em maior número do que na Espanha. Ainda de acordo com os pesquisadores, três forças explicam a aglomeração cultural nesses países, que são ponderadas de forma diferentes entre eles: estrutura da indústria/escala, economias de localização<sup>17</sup> e economias de urbanização<sup>18</sup>.

Pode-se comparar o resultado obtido da análise dos casos de Espanha e Itália com o caso brasileiro. Para tanto, deve-se observar a pesquisa de Machado, Simões e Diniz (2013) elaborada com dados secundários, e que utiliza a metodologia de análise de *clusters*. Nesse trabalho os autores afirmam que os “dotes” culturais e naturais, bem como o desenvolvimento

<sup>13</sup> Traduzido de: “By providing local cultural capacity, a city or region can capture a larger share of existing residents’ discretionary income that might otherwise be spent on imports or leisure and entertainment elsewhere. It may also contribute to the development of new product or service lines that begin to be exported, and it may attract new residents for whom the quality of life is more important than the location of their jobs and businesses”

<sup>14</sup> Consiste em um grupo ou um amontoado de empresas culturais.

<sup>15</sup> Traduzido de: “Historical and cultural heritage seems to be insufficient to generate concentration processes of creative industries in the two analysed cases, but the impact of artistic and cultural heritage is more relevant in Italy than in Spain”.a

<sup>16</sup> Segundo o Council of Europe, Patrimônio histórico e cultural é: “O patrimônio cultural é um conjunto de recursos herdados do passado que as pessoas identificam, independentemente da propriedade, como uma reflexão e expressão de seus valores, crenças, conhecimentos e tradições em constante evolução. Inclui todos os aspectos do ambiente resultantes da interação entre pessoas e lugares através do tempo. COUNCIL OF EUROPE. **Convenção-quadro do Conselho da Europa relativa ao valor do patrimônio cultural para a sociedade**. Faro, 2005. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/col%C3%B3quio%20Patrim%C3%B4nio%20Cultural%20%201%202009.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2019.

<sup>17</sup> Quando o crescimento de uma indústria em um local aumenta a produtividade da mesma indústria como um todo.

<sup>18</sup> Benefício que determinada indústria possui em estar próxima à atividade econômica em geral: mão de obra, mercado, serviços financeiros, propaganda etc.

tecnológico, contribuem para a formação de aglomerações culturais no país. Com relação às aglomerações de turismo cultural e ecológico, diagnosticam que, para aumentar sua eficiência, devem ser priorizadas ações voltadas para preservação, sustentabilidade e divulgação dos destinos turísticos.

Por outro lado, Scott (1997, p. 335, tradução nossa) reconhece a importância da cultura para o desenvolvimento das cidades e para a atração de visitantes, mas demonstra preocupação com o que ele chama de “influência generalizada da economia cultural” que classifica como: “uma expressão familiar do que está em jogo aqui é a invasão e a diluição das culturas tradicionais em um lugar ou em um segmento da sociedade por culturas produzidas em outros lugares / segmentos”<sup>19</sup>.

De acordo com o autor, da mesma forma o capitalismo dissolve certos sítios de expressão cultural, recria ativamente outros em lugares diversos e, por conta disso, é necessária uma política cultural ativa não somente para contribuir com o desenvolvimento local, mas também para garantir e preservar a cultura da comunidade. Nesse sentido, a promoção da cultura local não serve somente para atrair visitantes ou exportar características e produtos regionais. Serve também para suportar a pressão que o sistema globalizado e capitalista faz ao exportar outras culturas para a localidade.

Essa linha de pensamento é defendida também por Buarque (2002), que compartilha do mesmo pensamento de Scott (1997) e dá ênfase ao processo de globalização para a construção de um espaço local, mas também reconhece que esse processo é uma via de mão dupla:

A globalização tem um efeito contraditório sobre a organização do espaço. Por um lado, demanda e provoca um movimento de uniformização e padronização dos mercados e dos produtos, como condição para a integração dos mercados; mas, por outro lado, com a diversificação e flexibilização das economias e dos mercados locais, cria e produz diversidades, decorrentes da integração dos valores globais com os padrões locais, articulando o local com o global (BUARQUE, 2002, p. 36).

Como ponderação, o autor reconhece que a influência da globalização vai depender das posturas políticas e das iniciativas internas dos atores sociais e econômicos no plano local.

Bolaño (2003), citando a presença da língua francesa no Canadá – em Quebec –, o avanço da língua espanhola dentro dos Estados Unidos da América (EUA) – principal referência em capital –, e o caso da influência africana e do socialismo na construção da sociedade na América Latina como forma de “culturas de resistência”, faz uma ponderação

---

<sup>19</sup> Traduzido de: “A familiar expression of what is at stake here is the invasion and dilution of traditional cultures in one place or in one segment of society by commodified cultures produced in other places/segments.”

sobre a via de mão dupla que a globalização e sua influência podem ter sobre a dinâmica da indústria cultural local:

Talvez seja possível falar aqui em antropofagismo cultural. Se não nos casos citados, ao menos no caso da cultura africana que, trazida para a América pelas mãos do capital comercial, constituiu-se no caso mais evidente de criação de uma cultura mestiça de resistência, também no que se refere à questão linguística, com o créole, mas sobretudo em relação à dinâmica cultural mais geral, desde a religiosidade afro-americana até as sucessivas revoluções musicais provocadas pelo negro no mundo, inclusive na velha Europa. Evidencia-se assim que a expansão mundial do modo de produção capitalista traz no seu bojo a expansão não apenas de uma cultura da dominação, cujo exemplo mais acabado talvez seja a própria indústria cultural mas também de culturas de resistência, das quais, diga-se de passagem, essa mesma Indústria Cultural se vale. Assim como citei a cultura negra, poderia citar a cultura operária europeia que veio para a América no momento da superação do trabalho compulsório e que aqui implantou as ideias socialistas e libertárias. A constituição da classe operária na América é a constituição de uma cultura operária americana a partir de sua matriz europeia. Ela mostra também que há limites de ordem interna à ação extensionista do capital, mesmo quando este se tem valido, na sua ânsia civilizadora, de todos os métodos, desde a religião até a imposição militar e o genocídio (BOLÁNOS, 2003, p. 89).

De acordo com a literatura especializada em cultura e desenvolvimento, fica nítido que a primeira contribui para a segunda, mas que é necessário planejamento e indução, tanto para atração de visitantes, quanto para o fomento e preservação da cultural local. Apesar de algumas localidades possuírem certa “facilidade” para o desenvolvimento de indústrias culturais por conta de seu patrimônio histórico, cultural ou natural, existe uma necessidade de políticas públicas voltadas para o fortalecimento do setor. Essa constatação será avaliada à luz do estudo de caso da Estrada Real, onde serão levantadas as políticas públicas para o atrativo e sua efetividade em relação à exploração do mesmo, comparando-as com as encontradas na literatura especializada.

### 2.3 O CASO DOS SITES DA UNESCO: POSSÍVEIS EFEITOS, ANÁLISE DE CASOS E LEVANTAMENTO DE FRAGILIDADES

Esse tópico levanta análises feitas por pesquisadores em relação aos patrimônios culturais com a certificação da UNESCO. Esse levantamento se torna importante uma vez que, além da Estrada Real estar pleiteando um lugar nessa lista, esses sítios enfrentam intensas questões relacionadas à gestão e ao controle dos efeitos negativos e positivos advindos do turismo. Esses trabalhos trazem importantes ideias e mecanismos sobre como tratar os problemas que são ou que podem vir a ser enfrentados pela Estrada Real.

O reconhecimento de determinado local como sendo referência no turismo cultural é uma forma de auxiliar a preservação do site, contribuir para o seu desenvolvimento e difundir seu conhecimento para o público. Nesse sentido, em 1972, a UNESCO, elaborou uma lista de patrimônio cultural e natural mundial, tendo como objetivo identificar, proteger e preservar patrimônios culturais e naturais que possuam valor excepcional para a humanidade ao redor do mundo (UNESCO, 2015). Em 2016, a lista da UNESCO foi ratificada por 192 países e, atualmente, a lista já contempla 1.092 localidades – com 845 consideradas “culturais”, 209 consideradas “naturais” e 38 sendo uma mistura de ambas as classificações – agregando 162 países.

Ao longo do tempo, a lista foi se tornando popular e vem sendo usada para fomentar o turismo cultural e histórico, contribuindo para a identificação e propagação de ícones nacionais, bem como para ajudar a divulgar regiões e culturas, incentivar os *clusters* culturais, o turismo sustentável, e contribuir para preservação e melhoria de destinos e monumentos.

Para que uma localidade ou destino turístico faça parte dessa lista, é necessário cumprir um ou mais de um dos 10 critérios estabelecidos pela UNESCO, divididos em culturais (6 critérios) ou naturais (4 critérios), que vão desde possuir áreas de beleza natural e importância estética, até ser associado a tradições vivas com significados excepcionais.

Em relação à Estrada Real, objeto desta pesquisa, no ano de 2009 ela foi indicada, segundo Antunes, Umbelino e Carvalho (2010), para integrar a lista de patrimônio mundial da UNESCO<sup>20</sup>. Os critérios utilizados para pleitear a candidatura foram baseados em quatro dos dez critérios utilizados pela entidade para validar a candidatura:

(ii) exibir um intercâmbio importante de valores humanos, ao longo de determinado período ou dentro de uma área cultural do mundo, a respeito de desenvolvimentos em arquitetura ou tecnologia, artes monumentais, urbanismo ou projeto de paisagem; (iv) ser um exemplo excepcional de um tipo de construção, conjunto arquitetônico ou tecnológico ou paisagem que ilustre a(s) fase(s) significante(s) na história humana; (vi) ser associada de modo direto ou tangível com eventos ou tradições vivas, com ideias, ou com crenças, com trabalhos artísticos e literários de significado universal excepcional; (vii) abranger fenômenos naturais superlativos ou áreas de excepcional beleza natural e importância estética (ANTUNES; UMBELINO; CARVALHO, 2010, p. 348).

No Brasil, alguns pontos turísticos estão presentes na lista de patrimônio da humanidade da UNESCO e fazem parte do trajeto da Estrada Real, ajudando o atrativo a preencher os requisitos iv) e vi): a cidade histórica de Ouro Preto (1980), o Santuário de Bom Jesus de Matozinhos, em Congonhas (1985), e o centro histórico de Diamantina (1999).

<sup>20</sup> A lista pode ser consultada em: <https://whc.unesco.org/en/list/>

Acrescentando-se a esses, poderiam ser considerados outros bens históricos presentes no itinerário da Estrada Real, como por exemplo, a Praça Minas Gerais, em Mariana, o Centro Histórico de Paraty, e a cidade de Tiradentes.

Em relação ao item vi) dos critérios, podem ser citados o episódio da Inconfidência Mineira, que se alastrou ao longo das rotas da Estrada Real (CAMPOS, 1992), as obras de Aleijadinho<sup>21</sup> nas igrejas das cidades históricas de Minas Gerais, as pinturas nos tetos das sacristias e estabelecimentos religiosos feitos pelo Mestre Ataíde<sup>22</sup>, e a interiorização do território brasileiro realizada por bandeirantes e tropeiros que percorriam a Estrada Real em busca de negócios, mercadorias e ouro (CALAES; FERREIRA, 2009).

Outro fator de extrema relevância que pode contar a favor da Estrada Real é a existência, ao longo do trajeto, de duas reservas mundiais da biosfera classificadas pela UNESCO: a Mata Atlântica (1992) e a Serra do Espinhaço (2005). Essas reservas contemplam o item vii), que preza pela existência de fenômenos ou locais que possuam beleza natural ou importância estética.

Ainda, como forma de exaltá-la e tentar fazer com que a Estrada Real faça jus a lista, vale ressaltar a comparação feita entre ela e o Caminho de Compostela, patrimônio mundial da UNESCO, que passa pela França e pela Espanha e que estabelece determinadas similaridades com a Estrada Real. A descrição da organização, em relação à adequação de Santiago de Compostela na lista supracitada, caracteriza a rota como:

Uma rede de quatro rotas de peregrinação cristã no norte da Espanha, o site é uma extensão da Rota de Santiago de Compostela, um site de série inscrito na Lista do Patrimônio Mundial em 1993. A extensão representa uma rede de quase 1.500 km: litoral, interior de o País Basco - La Rioja, Liébana e rotas primitivas. Inclui um patrimônio construído de importância histórica criado para satisfazer as necessidades dos peregrinos, incluindo catedrais, igrejas, hospitais, albergues e até pontes. A extensão abrange algumas das primeiras rotas de peregrinação a Santiago de Compostela, após a descoberta, no século IX, de um túmulo que se acredita ser o de São Tiago Maior (UNESCO, 2015, tradução nossa)<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> Considerado o maior artista e arquiteto do período colonial brasileiro.

<sup>22</sup> Considerado o maior pintor do período colonial brasileiro.

<sup>23</sup> Traduzido de “A network of four Christian pilgrimage routes in northern Spain, the site is an extension of the Route of Santiago de Compostela, a serial site inscribed on the World Heritage List in 1993. The extension represents a network of almost 1,500 km: coastal, interior of the Basque Country–La Rioja, Liébana and primitive routes. It includes a built heritage of historical importance created to meet the needs of pilgrims, including cathedrals, churches, hospitals, hostels and even bridges. The extension encompasses some of the earliest pilgrimage routes to Santiago de Compostela, following the discovery in the 9th century of a tomb believed to be that of St. James the Greater.”

Nesse caso, o conjunto arquitetônico, histórico e cultural do trajeto que foi preservado por anos possui forte importância para caracterizar o Caminho de Compostela como patrimônio cultural.

Por outro lado, considerando os aspectos econômicos e culturais do Caminho de Santiago de Compostela, a UNESCO (2015) evidencia sua grande importância para o desenvolvimento local por ter propiciado disseminação de conhecimento e diálogo cultural constantes entre os peregrinos e as comunidades pelas quais passavam, se destacando como uma grande rota comercial por um significativo período de tempo, principalmente no período medieval, levando prosperidade econômica para a região por ela abarcada.

Mas, por que receber um “selo” da UNESCO pode ser bom para uma determinada localidade e para a própria Estrada Real?

Algumas das características comuns aos patrimônios que foram contemplados com a presença na lista serão debatidas a seguir, auxiliando na análise do caso da Estrada Real. A pesquisa de Bertachinni e Saconne (2012), por exemplo, detalhada mais à frente, pode ter relação com a ausência de certificação da UNESCO à Estrada Real, uma vez que aborda a importância da influência internacional de um país na nomeação daqueles que serão agraciados.

A exploração do patrimônio cultural pode ser de grande valor, em virtude dos benefícios econômicos que pode trazer à sua localidade, além de promover a preservação de sítios patrimoniais. Mais especificamente, a Convenção de Faro de 2005 fornece uma definição exata do patrimônio cultural, em seu artigo 2º:

O patrimônio cultural é um conjunto de recursos herdados do passado que as pessoas identificam, independentemente da propriedade, como uma reflexão e expressão de seus valores, crenças, conhecimentos e tradições em constante evolução. Inclui todos os aspectos do meio ambiente resultantes da interação entre pessoas e lugares através do tempo (COUNCIL OF EUROPE, 2005, p. 2)<sup>24</sup>

A primeira resposta que surge para a pergunta acima é o fomento ao turismo através do aumento da visibilidade que a certificação da UNESCO pode trazer. Nesse sentido, Frey e Steiner (2013) citam o caso de duas localidades da Alemanha que experimentaram o aumento significativo do número de visitantes depois de terem sido agraciadas com o “selo” da UNESCO: o centro histórico de Stralsund e os mosteiros da Ilha de Reichenau. Segundo os autores, a ampla divulgação tanto da UNESCO, como do próprio governo local, de televisões

<sup>24</sup> Traduzido de: “Cultural heritage is a group of resources inherited from the past which people identify, independently of ownership, as a reflection and expression of their constantly evolving values, beliefs, knowledge and traditions. It includes all aspects of the environment resulting from the interaction between people and places through time.”

e de rádios contribuiu para esse incremento de visitação. Além desse fato, Frey e Steiner (2010) apontam que a entrada de uma localidade na lista pode aumentar a sua preservação e conservação, chamando atenção para aspectos históricos e culturais da região que podem passar despercebidos. O último fator importante levantado pelos autores é o aumento do orgulho da região por ter seu patrimônio inserido na lista.

Outros pontos positivos, dessa vez apontado pelo estudo da PricewaterhouseCoopers (PCAOB, 2008) usando como parâmetro os patrimônios listados pela UNESCO no Reino Unido, são: o aumento de parcerias em torno do destino turístico após o “selo” da UNESCO; o maior acesso a fundos e financiamentos para melhoria de estrutura e atração de visitantes; e o aumento do senso de comunidade, intimamente ligada à consolidação de uma identidade local. Assim, esses benefícios múltiplos podem proporcionar parcerias, aumento de investimento na comunidade, melhoria de gestão, contribuições econômicas adicionais e consolidação da cultura local.

Ainda de acordo com o estudo, os benefícios que transbordam da comunidade em termos de orgulho cívico, capital social, educação e aprendizado também devem ser levados em consideração, uma vez que parecem ser significativos para a melhoria do bem estar nos destinos turísticos analisados, e para fomentar o turismo intra-regional.

Em contrapartida, segundo o mesmo estudo da PricewaterhouseCoopers (PCAOB, 2008), o retorno que o turismo traz para a localidade após a certificação é, em média, de 0,3% nos destinos turísticos analisados no Reino Unido, tendo obtido percentuais mais elevados em locais que não possuem muito reconhecimento. Adicionalmente, o trabalho cita o custo de oportunidade perdido que o investimento no sítio contemplado pode gerar ao país: Outros patrimônios culturais não nomeados acabam sendo deixados de lado e sofrem com a falta de recursos.

Já de acordo com Yang, Xue e Jones (2018) em um estudo empírico elaborado com 43 casos de localidades contempladas pelo rótulo da UNESCO e utilizando meta-análise<sup>25</sup>, o efeito da lista da entidade é insignificante para atração do turismo na região contemplada. Tal fato acontece porque o certificado traz uma fama instantânea que, muito provavelmente, se dilui com o passar dos anos. Outro motivo apontado pelos autores é o fato de a região ser suficientemente desenvolvida para investir no atrativo e já explorar seus benefícios antes da classificação pelo organismo multilateral. Esse resultado muda por três aspectos, conforme os autores: i) se o país estiver em desenvolvimento; ii) se o bem contemplado é o “cultural”; iii)

---

<sup>25</sup> Trata-se de uma metodologia que visa integrar os resultados de diversos estudos sobre um mesmo tema.

e se a localidade tiver sido contemplada em anos recentes, alcançando efeitos positivos. Na Itália, Cuccia, Guccio e Rizzo (2014) fizeram uma análise em dois estágios para os destinos turísticos do país que estavam presentes na lista da UNESCO e encontraram que essa classificação afeta de forma negativa a eficiência dessas localidades. Dentre as hipóteses levantadas está a superestimação dos operadores turísticos que passam a ofertar mais meios de acomodação e outros serviços de hospitalidades. Porém, ao longo do tempo, o fluxo turístico decorrente da inclusão de tais localidades na lista não é suficiente para a utilização do número de acomodações criadas. No lado da demanda, a lista cria uma expectativa dos visitantes de que a localidade seja bem gerida, com acessibilidade para uma experiência cultural completa. Caso essa expectativa não seja atingida, há uma queda de visitantes, levando à ineficiência do destino turístico.

Com relação ao caso geral, Cafiso, Cellini e Cuccia (2015) enumeram os fatores necessários para potencializar o efeito da certificação da UNESCO na localidade, sendo eles: sua gestão e a sua fama anterior. Em relação à forma como o atrativo é gerido, o fato de ser gerenciado por mais de uma entidade pode provocar um alto custo de coordenação entre os agentes, causando ineficiência em sua administração e na apropriação de seus benefícios. Por conta disso, é preferível que haja uma única gestão, através de um conselho que agregue os múltiplos participantes. Em relação à fama do atrativo, os autores concluem que, caso ele já possua fama e tenha uma marca estruturada e reconhecida antes de ser agraciado na lista, uma certificação pode ter efeitos muito pequenos ou até mesmo negativos. Assim, é preferível que localidades com menos fama tenham preferência no pleito para fazer parte da lista da UNESCO.

Há um entendimento compartilhado entre os autores Cuccia, Guccio e Rizzo (2014) e Cafiso, Cellini e Cuccia (2015), no que tange ao caso usual, de que um eventual aumento do turismo pode ocasionar decadência ao patrimônio, problemas de congestionamento, maior nível de criminalidade, e necessidade de renovação na infraestrutura. Esses malefícios podem ser causados pela falta de políticas voltadas à região, e pela existência de uma gestão passiva que age somente após a percepção dos problemas. Ainda nessa linha de pensamento, Frey e Steiner (2010) apontam outras externalidades negativas como: especulação imobiliária, gerando uma transferência de renda assimétrica; menor proteção proporcional a lugares não listados; evidenciam o fato de lugares listados se tornarem alvo de guerras e de terroristas; e revelam o possível aumento dos preços de produtos básicos na região do sítio presente na lista.

Porém, o processo da escolha do local como patrimônio mundial pela UNESCO não deve ser observado somente pelos pontos positivos ou negativos que geram para as localidades.

Na pesquisa que relaciona localidades listadas com a influência e poder de seu país, Bertachinni e Saconne (2012) afirmam que, como a iniciativa de se candidatar é individual, e que aspectos econômicos, políticos e institucionais podem prevalecer nas escolhas dos patrimônios escolhidos, gerando um maior ativismo ou influência por parte dos países membros. Ou seja, o *lobby* e o poder político no campo internacional podem acabar influenciando significativamente a escolha de um determinado atrativo. Esse pode ser um importante resultado para o caso da Estrada Real, e será melhor debatido no capítulo de resultados qualitativos.

Ainda em relação ao trabalho, os autores citam, como exemplo de sua conclusão, o grande número de atrativos que a Europa possui na lista e a divisão de mandatos dos diretores da UNESCO e da Organização das Nações Unidas (ONU), cujos cargos de administração são ocupados predominantemente por europeus. Para comprovar essas afirmações, os autores utilizam dados de painel para analisar se há viés de seleção na nomeação. Os resultados obtidos demonstram que ter um assento no comitê decisório dos sítios da UNESCO tem grande impacto na escolha do local como patrimônio mundial, como também na influência para que os sítios de um determinado país concorram. Observam, também, que o poder econômico de um país influencia para que o atrativo integre a lista, mas não para que se candidate.

Em uma pesquisa sobre a cidade histórica de Santiago de Compostela, na Espanha, detentora do selo de patrimônio mundial desde 1985 e fonte de inspiração para a Estrada Real, Santos e Cabrera (2014) exploram questões relacionadas à gestão do destino, propondo o controle do fluxo de turistas, já que a grande quantidade de pessoas atrapalha o ir e vir e pode gerar longas filas nos atrativos, proporcionando uma experiência inadequada para os visitantes. Para os autores, esse controle pode ser feito mediante reservas antecipadas e alteração de horários dos atrativos.

Adicionalmente, outros atrativos na cidade podem ser fomentados como uma forma de diluir o fluxo de turistas que visita a catedral da cidade, como por exemplo, o Museu da Galiza e o Centro Internacional de Artes. Os pesquisadores também alertam para o fato da multiplicação de “lojas para turistas” e na diminuição de estabelecimentos locais, afetando o cotidiano dos moradores. Segundo eles, é necessário um plano diretor pensado de forma

macro, conciliando a igreja, o setor público, o privado e os moradores locais para mitigar os problemas encontrados, tornando o turismo sustentável.

Na análise do caso da inclusão das cidades barrocas de Val Di Noto, na Sicília, Cuccia (2012) encontra resultados interessantes que podem ser replicados para outros destinos com características parecidas. Em 2002, a região de Val Di Noto foi considerada um distrito cultural, que nada mais é do que a presença de um capital cultural comum delimitado geograficamente. Nesta região, o estilo arquitetônico de prédios históricos, igreja e, centros históricos de 8 municípios ao sul da Sicília serviu como caracterização de seu distrito cultural. A inclusão dessa localidade foi uma inovação da lista, pois não se tratava de um único lugar ou um único monumento, mas sim, de um conjunto de cidades, incluindo propriedades públicas e privadas, evidenciando a quantidade de atores envolvidos nessa certificação.

Em sua análise, a autora constata que o “selo” da UNESCO fez com que aumentasse o número de restaurações nos edifícios e igrejas, sem que nenhuma prioridade fosse dada aos edifícios tombados pelos órgãos públicos. Constatou ainda que houve “transbordamento” para setores ligados à construção, a agricultura, ao turismo e à publicação sobre patrimônio cultural, que obtiveram benefícios de forma reflexa. Em relação aos estabelecimentos hoteleiros, o número de leitos aumentou significativamente, principalmente se comparados ao restante da região da Sicília e da Itália. No que diz respeito aos número de turistas, houve um grande aumento, porém, foi momentâneo e não parece ter tido efeitos sobre a taxa de visitação permanente.

Ainda em relação à gestão de localidades, a análise de Mason, MacLean e De La Torre (2003) aborda o tema e elucida o sucesso de um caso: a Muralha de Adriano, no norte da Inglaterra. A Muralha foi construída pelo imperador Adriano e serviu para separar o mundo civilizado (romano) do mundo bárbaro e fixar os limites do Império Romano. A construção foi feita de pedra e madeira e foi listada como patrimônio mundial da UNESCO em 1987. De acordo com os autores, a inserção da Muralha na lista possibilitou uma melhoria de coordenação entre os agentes envolvidos na sua gestão. Atualmente, sua gestão acontece de forma descentralizada e horizontal, sendo tratada não somente como um recurso arqueológico, mas como uma paisagem cultural. As melhorias possibilitadas pela gestão colaborativa foram enumeradas pelos autores:

Suas realizações significativas incluíram a fundação do HWTP (Hadrian’s Wall TourismPartnership) e seus programas de marketing, transporte e educação em toda a Muralha; o estabelecimento da Trilha Nacional; a atração de substanciais fundos de financiamentos; e a bem-sucedida conservação e interpretação de um amplo e complexo conjunto de recursos culturais. O Plano de Gestão fornece uma estrutura e orientação para todos

os parceiros e atores para realizar seu trabalho (MASON; MACLEAN; DE LA TORRE, 2003, p. 37, tradução nossa)<sup>26</sup>.

Considerando toda a extensão do monumento e o número de comunidades pelos quais a Muralha passa, há uma clara e induzida distribuição de poder entre os vários agentes envolvidos na exploração e na conservação do patrimônio, fazendo com que haja integração de políticas e ações em diferentes escalas geográficas. Segundo a análise dos autores, essa gestão é também flexível e permite que a parceria responda a forças externas em mutação, sejam elas positivas ou não, conciliando atores públicos e privados e seus objetivos, muitas vezes conflitantes.

Ainda sobre o tema de gestão em destinos turísticos, os autores Pezúa e Valencia (2006) chegam a conclusões preocupantes sobre Machu Picchu, incluído em 1983 na lista de patrimônio da humanidade, pela UNESCO. De acordo com os autores, a gestão dessa localidade não é feita de modo sustentável e as ações implementadas acabam sendo isoladas e não coordenadas, contribuindo para uma deterioração do local. Em suas análises, concluem que, na época, não havia limitação ao número de visitantes, gerando uma sobrecarga e uma consequente deterioração dos bens arqueológicos. Por conta desse alto número de turistas, havia uma grande demanda por serviços turísticos que geravam um crescimento urbano desordenado, com muitos resíduos sólidos, serviços turísticos de baixa qualidade e exploração de animais de carga. Ao mesmo tempo, o uso da terra de forma exacerbada acabava sendo nocivo para a localidade, provocando incêndios, desmatamentos, erosão do solo e mortandade de animais.

Em sua proposta de melhoria de gestão, Pezúa e Valencia (2006), acreditam que a criação de uma estrutura de gestão responsável pelo planejamento estratégico - com um diretório internacional e um conselho científico consultivo, a formação de um comitê gestor, encarregado de facilitar e apoiar o planejamento e gestão de riscos - torna a exploração e preservação de Machu Picchu sustentável. O Diretório dá as diretrizes e estabelece ao Comitê foco nos temas: turismo; ordenamento territorial; pesquisa e recuperação do patrimônio; educação, treinamento; sustentabilidade econômica; e monitoramento e controle.

É possível citar também o caso de Ogimachi, uma vila incrustada nas montanhas japonesas que conserva o estilo de vida fazendeiro japonês e que, em conjunto com duas vilas

---

<sup>26</sup> Traduzido de: "Its significant achievements have included the founding of the HWTP and its Wall-wide programs of marketing, transportation, and education; the establishment of the National Trail; the attraction of substantial grant funds; and the successful conservation and interpretation of a large and complex set of cultural resources. The Management Plan provides a framework and guidance for all partners and actors to carry out their work".

vizinhas, forma o complexo de Shirakawa-go e Gokayama, todas ganhadoras do selo de patrimônio da humanidade em 1995. Jimura (2011) utilizou entrevistas e estatísticas para estimar o impacto desse título para a região japonesa. Os resultados encontrados foram tanto positivos, quanto negativos. Destacou-se positivamente o aumento do orgulho da população local e a mudança do motor da economia local da agricultura e da construção, que estavam em declínio, para o turismo. Já como viés negativo, houve o aumento do número de turistas, causando enfraquecimento do sentimento de comunidade e queda no nível de conservação, mesmo com o incentivo que o “selo” traz nessa área. Por fim, o autor chega à conclusão de que é necessário melhorar a gestão, visando desenvolver um turismo sustentável na região, aliado à preservação das casas típicas e do estilo de vida local.

Ao considerar a análise de Moreschini (2015) em relação a Val d’Orcia e a Vila de Pienza, ambas localizadas na Toscana e contempladas com o selo da UNESCO em 2004 e 1996, respectivamente, percebe-se a importância de uma gestão articulada e coesa entre os setores públicos e privados. Segundo o autor, durante anos essas regiões foram geridas de forma isolada e as dificuldades econômicas agravaram esse comportamento, pois a necessidade da resolução imediata de questões individuais foi priorizada, de modo a evitar o agravamento da crise. Com a crescente complexidade dos destinos turísticos, a articulação ficou ainda mais difícil, razão pela qual Moreschini acredita que é necessário que haja um “interventor externo” para coordenar e auxiliar a implementação de políticas para ambas as regiões, pois são lugarejos pequenos e fracos financeiramente para se desenvolverem sozinhos.

O autor aponta alguns caminhos para melhorar o desenvolvimento sustentável das regiões, como por exemplo: parcerias com universidades, como forma de promover o intercâmbio de ideias e reflexões sobre o futuro dos territórios; desenvolvimento de políticas de valorização dos recursos culturais de base material, com a criação de marcas ligadas ao território; melhoria de certificações e denominação de origem de produtos agrícolas das regiões; melhoria das acomodações hoteleiras na região; revisão da gestão, dando mais poderes para administrações locais, como uma forma de “democracia participativa”, que viria de baixo para cima, envolvendo todos os atores locais.

Já Prud’homme (2008) em sua análise econométrica, tanto no estudo que teve por base todas as localidades francesas contempladas com o certificado da UNESCO, quanto na comparação feita entre dois destinos turísticos listados na Turquia – os sítios arqueológicos de Tróia (1998) e Safranbolu (1994) –, com outros dois lugares não listados do mesmo país, Pergamum e Beypazari, encontrou que há pouquíssimo impacto na certificação da localidade

como patrimônio mundial e que ela não é condição necessária e muito menos suficiente para o desenvolvimento econômico da região contemplada. O pesquisador argumenta que lembranças de guerras recentes e que o dinamismo na administração local acabam tendo muito mais relevância na atração de turistas do que pura e simplesmente a certificação da UNESCO.

Mason e Kuo (2008) fazem a análise do comportamento dos visitantes no singular Monumento de Stonehenge e descobrem que o fato de ser um atrativo de característica única e de estar na lista de patrimônio mundial da UNESCO, estimula os visitantes a conhecê-lo. De acordo com os questionários respondidos, os visitantes manifestaram o interesse em uma regulação aliada à fiscalização da visita de Stonehenge, mas, por outro lado, que permitisse a presença de qualquer tipo de pessoa, não somente os grupos especializados. Os autores apontam para a necessidade de melhoria na infraestrutura, principalmente para a criação de novas estradas e a construção de um centro de visitantes para comportar o crescente número de pessoas.

Em uma análise focada na gestão e coordenação de esforços, Li e Wu (2016), pesquisam sobre o destino turístico Fujian Tulou, na China, agraciado com o certificado da UNESCO, em 2008. Esse atrativo turístico caracteriza-se pelas construções datadas entre o século XV e o século XX que serviam como moradia e fortificação contra invasões inimigas, e hoje recebe visitantes de todo mundo. Os autores diagnosticam, através de entrevistas com os visitantes, governo e moradores locais, que existe uma séria falta de coordenação entre os agentes e as ações implementadas são feitas de forma isolada, causando ineficiência na gestão do atrativo. Para contornar esses problemas, Os autores propõem que seja criada uma instituição acima dos 3 níveis de governo, com representantes do governo central da China, representantes do governo provincial de Fujian, moradores e acadêmicos. Essa instituição fica responsável pela gestão, atuando como coordenadora responsável pela proteção do patrimônio e pelo desenvolvimento do turismo. Ela também estaria apta a atuar como consultora de assuntos de gerenciamento diário.

Outro ponto encontrado pelos autores foi a falta de participação dos moradores locais nas decisões sobre o futuro do atrativo. Para esse caso, a criação de um comitê dos moradores e das principais lideranças locais, com participação na nova empresa, supre a falta de participação e representatividade da comunidade na gestão do atrativo.

Em um caso mais recente, Buzio e Re (2015) analisam as condições da candidatura da paisagem vinícola do Piemonte, consagrada como patrimônio da humanidade em 2014, e chegam a conclusões de como gerenciar e estimular o sucesso do turismo sustentável no local.

Como sugestão, os autores propõem a junção e coordenação dos setores criativos das localidades: instituições culturais, shows ao vivo, produção de arte contemporânea, indústria cinematográfica, indústria de televisão, indústria editorial, indústria multimídia, produtos locais típicos, indústria da moda e design, de festivais e etc. Essa união pode se dar em torno de uma marca, ligando todos eles ao atrativo turístico e, conseqüentemente, ao certificado da UNESCO. Argumentam ainda que essa marca deve funcionar como uma espécie de “guarda chuvas”, abrigo e abrangendo todos os produtos típicos da região, gerando sinergias positivas, não só na atratividade de turistas, mas na exportação de produtos e da cultura para outros lugares. Outro ponto importante destacado pelos pesquisadores é que, estar listado na UNESCO não deve representar o ponto final da política local, mas sim o ponto de partida para um trabalho complexo sobre a valorização e preservação da localidade.

A Tabela 9 traz o resumo dos casos analisados em relação aos seus efeitos positivos e negativos para os envolvidos na implementação da certificação.

**Tabela 9** - Casos analisados pontos positivos x pontos negativos

<b>Casos</b>	<b>Pesquisador (es)</b>	<b>Pontos Positivos</b>	<b>Pontos Negativos</b>
<b>Centro histórico de Stralsund e mosteiros da Ilha de Reichenau</b>	Frey e Steiner (2013)	Aumento do turismo, aumento do orgulho dos moradores e aumento de preservação e conservação	Não mencionado
<b>Patrimônios da UNESCO no Reino Unido</b>	PricewaterhouseCoopers (PCAOB, 2008)	Maior acesso a fundos, aumento de investimento na comunidade, melhoria de gestão, consolidação da cultura local, educação e orgulho cívico	Custo de oportunidade perdido para outros bens culturais que não foram nomeados
<b>Caso geral da certificação</b>	Yang, Xue e Jones (2018)	Se a certificação for em um país em desenvolvimento ou se for um "bem cultural" há aumento de turismo.	Efeito da lista insignificante para atração do turismo, pois a região já pode explorá-lo antes da certificação.
<b>Destinos na Itália com o selo da UNESCO</b>	Cuccia, Guccio e Rizzo (2014)	Não mencionado	A eficiência das localidades é afetadas de forma negativa pois os operadores turístico superestimam a demanda e os visitantes esperam uma melhoria significativa da gestão do atrativo
<b>Caso geral da certificação</b>	Cafiso, Cellini e Cuccia (2015)	Gestão e fama anterior podem potencializar a certificação	Decadência do patrimônio, problemas de congestionamento, maior nível de criminalidade e necessidade de renovação de infraestrutura.

**Fonte:** elaborado pelo autor

**Tabela 9** - Casos analisados pontos positivos x pontos negativos (continuação)

<b>Casos</b>	<b>Pesquisador (es)</b>	<b>Pontos Positivos</b>	<b>Pontos Negativos</b>
Caso geral da certificação	Frey e Steiner (2010)	Não mencionado	Especulação imobiliária, menor proteção à lugares não certificados, aumento de preços na região e terrorismo.
Sítios listados na UNESCO	Bertachinni e Saconne (2012)	Não mencionado	Aspectos econômicos, políticos e institucionais podem fazer com que sítios sejam certificados
Santiago de Compostela	Santos e Cabrera (2014)	Diluição do fluxo de turistas promovendo outros atrativos na região	Longas filas nos atrativos, fruto do alto número de turistas que atrapalha o ir e vir dos moradores
Cidades barrocas de Val Di Noto	Cuccia (2012)	Aumento das restaurações de edifícios e igrejas, transbordamento para setores da construção, agricultura, turismo e publicação sobre patrimônio.	Não houve aumento do número de visitantes.
Muralha de Adriano	Mason, MacLean e De La Torre (2003)	Melhoria da coordenação dos agentes envolvidos na sua gestão, distribuição de poder entre os diversos agentes envolvidos na sua gestão	Não mencionado
Machu Picchu	Pezúa e Valencia (2006)	Não mencionado	Gestão da localidade feita de forma não sustentável, de forma isolada e não coordenadas. Alto número de turistas, levando ao crescimento urbano desordenado, resíduos sólidos e serviços de baixa qualidade. Além disso, incêndios erosão do solo e mortandade de animais.
Complexo de Shirakawa-go e Gokayama	Jimura (2011)	Aumento do orgulho da população e o turismo passando a ser o motor da economia local	Aumento do número de turismo e o enfraquecimento do senso de comunidade, queda do nível de conservação
Val d'Orcia e a vila de Pienza	Moreschini (2015)	Proposta de parceria com universidades, criação de marcas ligadas ao território, melhoria das acomodações hoteleiras na região	Localidades geridas de forma isolada e
Localidades francesas contempladas com o certificado da UNESCO	Já Prud'homme (2008)	Não mencionado	A certificação não é condição necessária nem suficiente para o desenvolvimento da região
Stonehenge	Mason e Kuo (2008)	Não mencionado	Necessidade de uma regulação de número de visitantes, melhoria na infraestrutura.

**Fonte:** elaborado pelo autor

**Tabela 9** - Casos analisados pontos positivos x pontos negativos (continuação)

<b>Casos</b>	<b>Pesquisador (es)</b>	<b>Pontos Positivos</b>	<b>Pontos Negativos</b>
Fujian Tulou	Li e Wu (2016)	Não mencionado	Falta de coordenação entre os agentes e ações isoladas, causando ineficiência na gestão do atrativo. Além disso, existe a falta de participação dos moradores nas decisões locais
Paisagem vinícola do Piemonte	Buzio e Re (2015)	Autores propõe a junção dos setores criativos da região através de uma marca em comum	Não mencionado

**Fonte:** elaborado pelo autor

Os autores supracitados trazem dados sobre localidades certificadas pela UNESCO, de modo que seus resultados e soluções auxiliam como como parâmetro para mapear os problemas enfrentados pela Estrada Real e para propor melhorias. No Capítulo 4, os dados encontrados para Estrada Real serão comparados com os principais problemas listados nessa subseção, para que se possa traçar o real perfil do atrativo, assim como sugerir aprimoramentos.

## 2.4 A GESTÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO

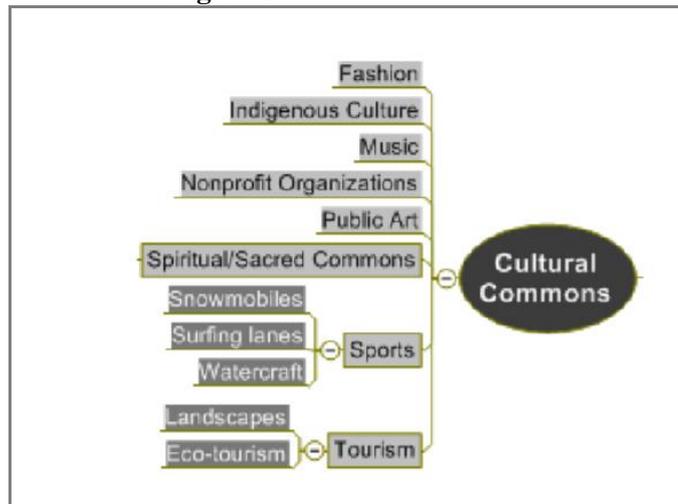
Nos exemplos empíricos descritos no tópico anterior, fica clara a ênfase que os diversos autores dão à forma como o atrativo turístico é gerido. Tanto no âmbito da coordenação entre os diferentes atores envolvidos, quanto na forma como o destino é explorado turisticamente, a qualidade da gestão parece ser muito relevante para o desenvolvimento econômico sustentável da região certificada pela UNESCO. Um erro nesse quesito pode trazer problemas a longo prazo e ter o efeito inverso do desejado no processo da candidatura, acarretando congestionamento, degradação ou até mesmo experiências turísticas ruins. Nesse sentido, o levantamento da literatura que se segue é uma importante ferramenta para mapear as características relacionadas à gestão do atrativo turístico Estrada Real, contribuindo com seu diagnóstico e com a proposição de melhorias.

Para melhor entender a forma de como devem ser geridos esses locais, cabe classificar e caracterizar os destinos turísticos. Segundo Cellini e Cuccia (2016), essas localidades turísticas reconhecidas como patrimônio da humanidade são bens públicos, mais precisamente, *commons*, pois sua utilização estaria sujeita a certo grau de rivalidade – quando

a utilização do bem por uma pessoa restringe o uso de outra, como é o caso de congestionamento que alguns sítios da UNESCO possuem, por exemplo, Machu Picchu e Veneza.

Em seu clássico trabalho *Mapping the new commons*, Charlotte Hess, adota o mesmo posicionamento dos autores supracitados, agregando os destinos turísticos em uma categoria que ela chama de *cultural commons*, conforme Figura 1:

**Figura 1 – Cultural Commons**



Fonte: HESS, 2008.

Segundo a autora, *commons* é um recurso compartilhado por um grupo em que ele é vulnerável a dilemas de enclausuramento, uso excessivo e questões sociais. Ao contrário de um bem normal, requer gerenciamento e proteção para sustentá-lo.

Punzo, Urraca-Ruiz e Rocha (2014) compartilham dessa mesma opinião e vão além:

Na economia compartilhada, bens públicos produzidos coletivamente (*New Commons*) ou coletivamente mantidos (*Commons*), ou seja, recursos naturais ou artificiais em quantidades dadas, são compartilhados por comunidades não exclusivas, que suportam o ônus econômico e social de sua manutenção. O acesso é aberto e muitas vezes promovido, uma vez que solicita contribuições voluntárias de acordo com a motivação de cada um. Isso pode não ser uma recompensa monetária, mas o bem-estar social.” (PUNZO; URRACA-RUIZ; ROCHA, 2014, p. 8, tradução nossa)<sup>27</sup>.

Os autores supracitados evidenciam as implicações que bens públicos produzidos ou mantidos coletivamente podem sofrer: “em ambos, os recursos do NPPG<sup>28</sup> estão expostos ao

<sup>27</sup> Traduzido de: “In the sharing economy, collectively produced (*New Commons*) or collectively maintained public goods (CPRs: the arable *Commons*) i.e. natural or manmade resources in given amounts, are shared by non-exclusive communities, which bear the economic and social burden of their maintenance. Access is open and often promoted, as it solicits voluntary contribution according to one’s motivation. This may be not a monetary reward but the social welfare..”

<sup>28</sup> *Non pure public goods*

perigo de uso excessivo e deterioração. A gestão e manutenção sustentáveis e corretas podem gerar valor agregado que alimenta as funções de produção e bem-estar”<sup>29</sup>. Para eles, os NPPG, ou bens públicos não puros, são:

bens cujo custo de ter um consumidor marginal é zero, embora seu benefício seja positivo. No entanto, ninguém estaria disposto a contribuir proporcionalmente ao seu benefício individual para o custo da provisão, porque não há incentivo econômico para revelar o benefício e ser cobrado em conformidade (PUNZO; URRACA-RUIZ; ROCHA, 2014, p. 2, tradução nossa)<sup>30</sup>

Nessa linha de pensamento, Santagata, Bertacchini, Bravo e Marrelli (2011) descrevem a *cultural commons* afirmando que ela é definida pela confluência de três dimensões: cultura, espaço e comunidade:

referem-se a culturas localizadas no tempo e no espaço - físicas ou virtuais - e compartilhadas e expressas por uma comunidade socialmente coesa. Uma cultural common é um sistema de recursos intelectuais disponível em uma dada área geográfica ou virtual e pode ser pensado como a evolução do conceito mais tradicional de distrito cultural ou cluster cultural. Ideias, criatividade e estilos de uma comunidade, conhecimento tradicional, credibilidade, ritos e costumes, técnicas produtivas compartilhadas e participadas definem um Cultural Commons. Alguns exemplos são: a imagem de uma cidade, um idioma local, a marca do vinho Barolo, um movimento artístico, conteúdos gerados por usuários na web, conhecimento tradicional mantido por comunidades indígenas e a criatividade expressa por comunidades de designers e artistas” (SANTAGATA; BERTACCHINI; BRAVO, MARRELLI, 2011, p. 1, tradução nossa)<sup>31</sup>.

Sobre a forma como os *commons* devem ser governados, Elionor Ostrom (1990) traz importantes reflexões:

As questões de como governar melhor os recursos naturais utilizados por muitos indivíduos em comum não são mais estabelecidas na academia em comparação ao mundo político. Alguns artigos acadêmicos sobre a "tragédia dos comuns" recomendam que "o Estado" controle a maioria dos recursos naturais para impedir sua destruição; outros recomendam que a privatização desses recursos resolva o problema. O que se pode observar no mundo, entretanto, é que nem o estado nem o mercado são uniformemente bem-

<sup>29</sup> Traduzido de: “In both of them, NPPG resources are exposed to the danger of overuse and deterioration. Correct sustainable management and maintenance may generate value added that feeds into production and welfare functions. Collective involvement is its necessary condition.”

<sup>30</sup> Traduzido de “goods for which the cost of having a marginal consumer is zero, though her/his benefit be positive. However, nobody would be willing to contribute proportionally to his individual benefit to the cost of provision because there is no economic incentive to reveal the benefit and be charged accordingly.

<sup>31</sup> Traduzido de: “refer to cultures located in time and space - either physical or virtual - and shared and expressed by a socially cohesive community. A Cultural Common is a system of intellectual resources available on a given geographical or virtual area and could be thought as the evolution of the more traditional concept of cultural district or cultural cluster. Ideas, creativity and styles of a community, traditional knowledge, credence, rites and customs, shared and participated productive techniques define a Cultural Commons. Some examples are: the image of a city, a local language, the brand of Barolo wine, an artistic movement, user generated contents on the web, traditional knowledge held by indigenous communities, and the creativity expressed by designers’ and artist’s communities”

sucedidos em capacitar indivíduos a sustentar o uso produtivo de longo prazo dos sistemas de recursos naturais. Além disso, comunidades de indivíduos confiaram em instituições que não se assemelham ao estado nem ao mercado para governar alguns sistemas de recursos com graus razoáveis de sucesso durante longos períodos de tempo (OSTROM, 1990, p. 1, tradução nossa)<sup>32</sup>.

Na mesma obra, ao analisar casos empíricos sobre governança e gestão de *commons*, a autora elenca os principais passos para entender o seu funcionamento e forma como são organizados:

Isso significa que primeiro tento entender algo sobre a estrutura do próprio recurso - seu tamanho, clareza de limite e estrutura interna. Então, tento descobrir os padrões de fluxo envolvidos nas unidades de recursos: Quanta previsibilidade está envolvida ao longo do tempo, no espaço e na quantidade? Dadas as circunstâncias econômicas dos agentes responsáveis por explorá-la, quão dependentes eles são do recurso, e quais são os riscos envolvidos em vários tipos potenciais de esquemas de alocação? Por fim, procuro verificar os principais atributos dos indivíduos: quantos estão envolvidos? Quais são os horizontes temporais deles? Eles estão envolvidos em múltiplas atividades juntos? Seus interesses são aproximadamente semelhantes ou heterogêneos? Eles estabeleceram normas prévias de comportamento que podem ser usadas (ou representam uma desvantagem na tentativa de resolver esses problemas?) Então eu examino as regras que eles criaram e tento entender como elas funcionam, procurando os princípios de design envolvidos e como estes afetam os incentivos dos participantes. Dado que os apropriadores nesses casos têm se envolvido em monitoramento mútuo e geralmente têm mantido seus compromissos de seguir suas regras em um grau substancial, eu tento entender como eles têm sido capazes de fazer isso (OSTROM, 1990, p. 56, tradução nossa)<sup>33</sup>.

A autora reconhece que quando o cenário se aproxima dos modelos de teoria dos jogos e de comportamento racional dos agentes econômicos, os resultados previstos são a falta de

---

<sup>32</sup> Traduzido de: "The issues of how best to govern natural resource used by many individuals in common are no more settled in academia than in the world of politics. Some scholarly articles about the "tragedy of the commons" recommend that "the state" control most natural resource to prevent their destruction; others recommend that privatizing those resources will resolve the problem. What one can observe in the world, however, is that neither the state nor the market is uniformly successful in enabling individuals to sustain long-term, productive use of natural resource systems. Further, communities of individuals have relied on institutions resembling neither the state nor the market to govern some resource systems with reasonable degrees of success over long periods of time."

<sup>33</sup> Traduzido de: "This means that I first try to understand something about the structure of the resource itself - its size, clarity of boundary, and internal structure. Then I try to discover the flow patterns involved in the resource units: How much predictability is involved over time, across space and in quantity? Given the economic circumstances of the appropriators, how reliant are they on the resource, and what are the risks involved in various potential types of allocation schemes? Lastly, I try to ascertain key attributes of the individuals: How many are involved? What are their time horizons likely to be? Are they involved in multiple activities together? Are their interests roughly similar or heterogeneous? Have they established prior norms of behavior that can be drawn on (or pose a disadvantage) in trying to solve these problems? Then I examine the rules that they have devised and try to understand how they work by searching for the design principles that are involved and how these affect the incentives of participants. Given that the appropriators in these cases have engaged in mutual monitoring and generally have kept their commitments to follow their rules to a substantial degree, I try to understand how they have been able to do this."

cooperação e que não haja estratégias conjuntamente benéficas para os *stakeholders*<sup>34</sup>. Porém, na maioria dos casos analisados e que retratam sucesso na gestão sustentável, existe uma mistura de instrumentos públicos e privados com ampla cooperação entre todas as pessoas e entidades envolvidas.

Em análise sobre casos específicos, Ostrom (1990) especula sobre o que chamou de “princípios design” na gestão de *common pool resource* que, apesar de possuir estrutura diferente do *cultural common*, traz úteis metodologias sobre como gerir uma localidade que enfrenta problemas de coordenação dos agentes. Segundo a autora, os “princípios design” são ações observadas em todos os casos e que, possivelmente, norteiam as instituições que tem sucesso em administrar essa estrutura. São eles:

1. Limites claramente definidos: Indivíduos ou famílias que têm o direito de retirar unidades de recursos do CPR (common pool resource) devem ser claramente definidos, assim como os limites do próprio CPR.
  2. Congruência entre as regras de apropriação e provisão e as condições locais: As regras de apropriação que restringem tempo, local, tecnologia e / ou quantidade de unidades de recursos estão relacionadas às condições locais e às normas que exigem trabalho, material e / ou dinheiro.
  3. Acordos de escolha coletiva: A maioria dos indivíduos afetados pelas regras operacionais pode participar da modificação das regras operacionais.
  4. Monitoramento: Os monitores, que auditam de forma contínua as condições do CPR e o comportamento dos agentes apropriadores, são responsáveis perante a eles ou são os próprios apropriadores.
  5. Sanções graduadas: Apropriadores que violam as regras operacionais são passíveis de serem submetidos a sanções graduais (dependendo da gravidade e contexto da infração) por outros apropriadores, por funcionários responsáveis perante os agentes, ou por ambos.
  6. Mecanismos de resolução de conflitos: Apropriadores e seus funcionários têm acesso rápido a arenas locais de baixo custo para resolver conflitos entre apropriadores ou entre apropriadores e funcionários.
  7. Reconhecimento mínimo dos direitos de organização: Os direitos dos apropriadores de conceber suas próprias instituições não são questionados por autoridades governamentais externas.
- Para CPRs que disparam partes de sistemas maiores:
8. Empresas ordenadas: As atividades de apropriação, provisionamento, monitoramento, fiscalização, resolução de conflitos e governança são organizadas em várias camadas de empresas ordenadas. (OSTROM, 1990, p. 90, tradução nossa)<sup>35</sup>.

<sup>34</sup> É um grupo de pessoas que possui interesse em determinada empresa ou em determinado negócio.

<sup>35</sup> Traduzido de: “1. Clearly defined boundaries: Individuals or households who have rights to withdraw resource units from the CPR (common pool resource) must be clearly defined, as must the boundaries of the CPR itself. 2. Congruence between appropriation and provision rules and local conditions: Appropriation rules restricting time, place, technology, and/or quantity of resource units are related to local conditions and to provision rules requiring labor, material, and/or money. 3. Collective-choice arrangements: Most individuals affected by the operational rules can participate in modifying the operational rules. 4. Monitoring: Monitors, who actively audit CPR conditions and appropriator behavior, are accountable to the appropriators or are the appropriators. 5. Graduated sanctions: Appropriators who violate operational rules are likely to be assessed graduated sanctions (depending on the seriousness and context of the offense) by other appropriators, by officials accountable to these appropriators, or by both. 6. Conflict-resolution mechanisms: Appropriators and their officials have rapid access to low cost local arenas to resolve conflicts among appropriators or between

Esses princípios propostos pela autora são importantes para a análise do caso da Estrada Real. Através deles, é possível entender os resultados encontrados e os problemas que o atrativo possui, observando a pertinência de cada item com o caso concreto.

Ainda para o caso geral, Santagata, Bertacchini, Bravo e Marrelli (2011), analisando a gestão de patrimônios culturais, acreditam que, mesmo que alguns deles não sofram com o uso excessivo, ainda precisam ser mantidos protegidos na sua essência, evitando sua transformação com o passar do tempo. Nesse caso, é preciso uma “produção de quantidade ótima de cultura” para ser transmitido à próxima geração, necessitando de um plano de gestão específico visando sua preservação, proteção e difusão.

Restringindo um pouco mais o campo de estudo, Mansfeld (2018) faz uma análise em relação ao planejamento e a gestão do destino turístico cadastrado na lista de patrimônio mundial da UNESCO. Um dos resultados desse trabalho é que as comunidades locais devem ser envolvidas na organização, pois constituem-se dos principais propagadores da cultura local, além de terem interesse direto na manutenção do estilo de vida ou então nos benefícios que eventual exploração do destino turístico possa trazer a eles.

Ainda segundo o autor, os agentes governamentais que pleiteiam a inscrição da localidade na lista da UNESCO devem, dentre outras atitudes: cuidar para minimizar os impactos ambientais e sociais causados pelo turismo; permitir que as comunidades definam seus próprios limites para mudanças ambientais e sociais aceitáveis; envolver os moradores no planejamento, mostrar a eles que os benefícios do turismo serão partilhados e que superarão os eventuais custos ambientais e sociais; e integrar as comunidades na economia do turismo local por meio de treinamento, incentivos financeiros, incubadoras de empresas, estabelecendo um monitoramento contínuo das mudanças sociais e ambientais da localidade.

Nesse mesmo sentido, Ostrom *et al* (1999), Hess (2008), Wade (1987), Fehr e Leibbrandt (2008), Casellas *et al* (2018) e Henrich *et al* (2005) acreditam que a inclusão da comunidade local no planejamento e na gestão do *commons* é uma melhor opção ao invés da gestão isolada por parte de particulares, que podem ter interesses diversos dos desejos da comunidade, ou então, por parte de um governo central que pode ter dificuldade de monitoramento e ineficiência na execução de ações. Ou seja, deve haver uma coordenação harmônica entre todos os atores interessados nos benefícios e malefícios que o *commons* pode

---

appropriators and officials. 7. Minimal recognition of rights to organize: The rights of appropriators to devise their own institutions are not challenged by external governmental authorities. For CPRs that fire parts of larger systems: 8. Nested enterprises: Appropriation, provision, monitoring, enforcement, conflict resolution, and governance activities are organized in multiple layers of nested enterprises.”

causar, sejam eles instituições públicas, privadas, população local ou governo. Porém, deve haver preponderância das decisões por parte da comunidade local.

Buarque (2002), assim como os autores supracitados, acredita que o planejamento do desenvolvimento local deve ser baseado em corresponsabilidade entre os atores sociais e econômicos e em parceria entre governo e sociedade. Para tanto, sugere que haja um planejamento participativo prévio:

Planejamento participativo é o processo de tomada de decisões com o envolvimento dos atores sociais diretamente interessados e comprometidos com o futuro da localidade, vale dizer, com o ativo comprometimento da sociedade organizada com seus múltiplos interesses e visões de mundo. Trata-se de implementar e assegurar um processo de decisão compartilhada sobre as ações necessárias e adequadas ao desenvolvimento local, envolvendo, portanto, todos os seguimentos da sociedade, desde a compreensão e o conhecimento da realidade até a definição e a implementação das ações prioritárias para o desenvolvimento. Tal planejamento deve criar as condições para o confronto dos saberes diferenciados da sociedade – cada grupo pensando e refletindo sobre a sua plataforma como ator social com sua posição diversificada na estrutura social – e destes com o conhecimento técnico e racional.

Ao confrontar essas diversas visões da sociedade, o planejamento participativo aumenta o processo de conhecimento e aprendizagem da sociedade local, e estimula a organização da sociedade local, promovendo a construção de uma ‘postura estratégica’ do território organizado. Ajuda a construir um projeto coletivo da sociedade local, baseado nas suas potencialidades e nas oportunidades do contexto. Por outro lado, a participação e definição coletiva, negociada desse projeto coletivo e das prioridades locais asseguram o comprometimento e a corresponsabilidade social do futuro da localidade. Como partícipes das decisões, os atores se sentem responsáveis e podem mais facilmente tomar parte ativa nas ações e nas iniciativas necessárias ao desenvolvimento (BUARQUE, 2002, p. 89).

Por outro lado, Selman (2012) apesar de reconhecer a importância da participação e da autogovernança, dá ênfase à forma resiliente que são tratados alguns tipos de *commons*, afetando o julgamento. No caso de paisagens culturais, o autor acredita que nem sempre os aspectos locais são desejados, e que os globais nem sempre são indesejados. Por conta disso, ele acredita que as gestões baseadas em incentivos locais podem se mostrar tão casuais quanto os modelos tradicionais de gerenciamento de recursos, ao permitir que paisagens culturais fiquem voltadas para as concepções que estão na “moda” do momento. O pesquisador cita como exemplo as “tendências contemporâneas” da infraestrutura verde, da produção de alimentos urbanos, agroecossistemas rurais, gestão de inundações e produção de energia renovável.

Da mesma forma, Daniels (2008) acredita que as instituições – em seu sentido amplo –, sejam elas privadas ou públicas, podem engessar os *commons*, impedindo sua evolução diante das necessidades da sociedade:

As instituições podem fazer maravilhas ao fornecer compromissos confiáveis, ameaças confiáveis e redução de custos de ação coletiva. No entanto, as instituições também podem fornecer estabilidade, na verdade, rigidez, em face da demanda da sociedade para mudar a forma como valorizamos e gerenciamos os *commons*. Para entender completamente as compensações dos diferentes usos dos *commons*, precisamos entender que ele tem muitos usos potenciais, alguns que atravessam diferentes escalas, alguns que se harmonizam ou entram em conflito com outros usos de *commons*, e alguns que servem os usuários em potencial, enquanto exclui outros. Ignorar essa complexidade pode nos levar a confundir a rigidez com estabilidade e cooperação com um cartel de *commons* (DANIELS, 2008, p. 12, tradução nossa)<sup>36</sup>.

No que tange à literatura de gestão de bens públicos e destinos culturais, pode-se perceber a importância que grande parte dos autores dá a participação da comunidade afetada no planejamento e na estruturação da exploração de seu destino turístico ou de sua cultura. Por outro lado, outros autores alertam para o risco de engessamento e de “modismos” no seu gerenciamento que possa inviabilizar a evolução e o conseqüente aproveitamento futuro do *common*. Mais à frente, essas contribuições serão analisadas à luz do estudo de caso, buscando traçar paralelos com os casos destacados da literatura.

---

<sup>36</sup> Traduzido de: “Institutions can do wonders in providing credible commitments, credible threats, and reducing collective action costs. However, institutions can also provide stability, indeed rigidity, in the face of societal demand for changing the way we value and manage the *commons*. To fully understand the tradeoffs of different *commons* uses, we need to understand that a *commons* has many potential uses, some that cut across different scales, some that harmonize or conflict with other uses of the *commons*, and some that serve potential users of the *commons* while excluding others. Ignoring this complexity may lead us to mistake rigidity for stability and cooperation for a *commons* cartel.”

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A ESTRADA REAL

Esse capítulo trata da contextualização histórica e turística das estradas reais. Nele, são apresentadas a justificativa histórica e o mecanismo de funcionamento do atrativo turístico Estrada Real, bem como seus objetivos e a legislação a qual está vinculado.

#### 3.1 HISTÓRIA

Durante o período denominado mercantilismo – que vigorou do século XV até o século XVIII – diversos reinos passaram a desbravar os oceanos ainda não navegados com o intuito de descobrir novas terras, riquezas e especiarias, dando um novo dinamismo às relações comerciais e pessoais da época. Esse período é reconhecido como o início da globalização e alterou consideravelmente a configuração das relações internacionais, trazendo consequências até os dias de hoje.

Após ser colonizada por portugueses, a terra de Vera Cruz<sup>37</sup>, conhecida hoje como Brasil, em um primeiro momento não teve muita atenção dos seus colonizadores. Isso porque, segundo Costa (2010), o foco do império português foi, por quase 200 anos, manter e defender as costas do seu território de ataques de outros povos europeus. A princípio, não foi encontrado nenhum recurso natural que interessasse a eles.

Com a descoberta do ouro na região das Minas Gerais, entre o final do século XVII e começo do século XVIII, houve uma redefinição de importância e de planos para a colônia brasileira. Essa descoberta foi atribuída aos bandeirantes paulistas que tinham como objetivo inicial catequizar e escravizar os índios nativos do interior da colônia (RENGER, 2007). Para tanto, esse grupo de pessoas utilizava as “picadas”<sup>38</sup> abertas pelos indígenas para alcançar o interior do território, o que os levou a encontrar ouro em outras regiões do país. Dessa forma, surgem as estradas reais, consequência direta dos caminhos indígenas que depois foram alargados por bandeirantes e passaram a servir como um fluxo natural de escoamento dos metais preciosos e, posteriormente, de pedras preciosas.

O primeiro e o mais importante caminho real surgido foi o Caminho Velho que saía do porto de Paraty, passando pela Serra da Mantiqueira e indo até Vila Rica de Ouro Preto.

---

<sup>37</sup> Nome relatado na carta de Pedro Vaz de Caminha à corte portuguesa informando sobre o descobrimento de territórios.

<sup>38</sup> Pequenas trilhas abertas por índios no meio da floresta

Segundo Costa (2010), levava-se em torno de 73 dias para terminar completamente o trajeto, sendo 35 dias de jornada e 38 dias de parada.

Em 1698, Garcia Rodrigues obteve autorização junto à Coroa para a construção do Caminho Novo, que ligava Porto Estrela, no Rio de Janeiro (atual Cidade de Mauá), até Vila Rica de Ouro Preto, que passou a ser o único caminho válido para ligar o porto no Rio de Janeiro até as minas do interior da colônia, em um percurso de 12 dias. A autorização da construção de um novo caminho se baseou em dois grandes fatores: ataques de piratas aos barcos portugueses em Angra dos Reis, que fazia parte do caminho até então existente; e o grande número de dias que se levava para chegar até Vila Rica pelo Caminho Velho (TOLEDO, 2009).

Paralelamente à função principal de servir ao fluxo de mercadorias, no âmbito da política pública, as estradas reais serviram também como política fiscal e política de urbanização do interior do país, ambas exercidas deliberadamente pela Coroa Portuguesa (RENGER, 2007). Do lado da política fiscal, as estradas reais eram as únicas rotas em que os comerciantes de mercadorias poderiam transitar, pois, ao passar por esses caminhos, eram obrigados a passar por postos de controle e pedágios da Coroa Portuguesa e pagar o imposto devido, chamado de “quinto”. O fiscalismo e a tributação foram as grandes marcas do Estado português na Capitania das Minas Gerais (ARAÚJO, 2002).

Em relação à política de urbanização do interior, Cunha e Godoy (2003) afirmam que a economia mineradora promoveu e acelerou o adensamento populacional, a urbanização e a diversificação da economia colonial viabilizada através da utilização das estradas reais.

A existência dessas estradas foi propulsora de uma grande corrente migratória em direção ao centro da colônia (COSTA, 2005).

No ano de 1773, uma Ordem Régia<sup>39</sup> passou a proibir a abertura de novas estradas sem a devida concessão imperial, sob pena de confisco dos bens do infrator e de prisão. Mesmo concedendo a possibilidade de abertura de novos caminhos com a permissão do rei, os caminhos não podiam ser concorrentes com as rotas já estabelecidas anteriormente para não dificultar a cobrança de impostos e a fiscalização das mercadorias. Logo, qualquer rota utilizada para transporte de mercadorias que não fosse a oficial, era considerada como prática de descaminho.

---

<sup>39</sup> Ordem régia de 26/10/1733, Arquivo Público Mineiro, Seção Colonial, Códice 10, fl. 04. SCARATO, Luciane Cristina. **Caminhos e descaminhos do ouro nas Minas Gerais**: administração, territorialidade e cotidiano. 2009. Dissertação (Mestrado em História)- Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2009. Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/278772/1/Scarato\\_LucianeCristina\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/278772/1/Scarato_LucianeCristina_M.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

Com o passar dos anos e com o desenvolvimento das cidades em torno da mineração e da extração de pedras preciosas, as estradas reais passaram a ter importância central na economia brasileira, pois além da circulação de metais, circulavam escravos, animais, alimentos, couro e até ferramentas para as minas.

Segundo Umbelino, Carvalho e Antunes (2009):

Estrada Real foi um dos vértices do triângulo comercial intercontinental entre a Europa, a América portuguesa e a África. Por estas vias, o ouro e o diamante brasileiro foram exportados para a Europa através de Lisboa. Por elas, chegavam às “minas” a mão-de-obra de milhares de escravos trazidos da África, alimentos e produtos de consumo para a crescente população de mineiros e sofisticados produtos europeus (UMBELINO; CARVALHO; ANTUNES, 2009, p. 64).

Essa importância econômica trouxe consigo muitos assaltos e ataques a comerciantes e viajantes ao longo das estradas reais. Não era uma viagem tranquila de se fazer, além de enfrentar os obstáculos naturais representados pela Serra da Mantiqueira, rios, vegetação e animais selvagens, os viajantes sofriam ataques constantes de índios, quilombolas e mercenários em busca de suas mercadorias (GUIMARÃES, 1995).

Com relação à influência das estradas reais na colônia, mesmo com o declínio da atividade extrativista de ouro nas minas gerais, os autores Calaes e Ferreira avaliam:

A análise do contexto histórico evidencia, que - apesar do declínio do Ciclo do Ouro, no século XVIII, no qual se afirmou - a Estrada Real manteve o seu notável papel como rota de penetração e de desenvolvimento regional com marcantes efeitos para a Região de Influência da Estrada Real (RIER) e para o país (CALAES; FERREIRA, 2009, p. 26).

Porém, não foi somente o fator econômico que tornou as estradas reais importantes na época do Brasil colônia. Segundo Campos (1992), as estradas reais foram as principais propagadoras de culturas e ideias e serviram como palco de difusão das filosofias e reflexões dos inconformados, bem como ajudaram a fomentar o barroco mineiro por todo território colonial.

Nesse sentido, Calaes e Ferreira (2009) reconhecem a importância das estradas reais como difusoras de filosofia e cultura:

A Estrada Real foi um agente de contribuição essencial para a formação cultural da Região de Influência da Estrada Real (RIER) e do país, pois esta rota de penetração, com 1.400 km, propiciou a ocupação de um vasto território, irrigando-o com ideários de diferentes fluxos migratórios e de diversas etnias, credos, culturas, posses e interesses econômicos, que afluíam ao interior do país, num processo de convergência de raças e culturas, amalgamando-as às populações nativas pré-existentes (CALAES; FERREIRA, 2009, p. 32).

Em relação à Inconfidência Mineira, movimento liberal histórico que marcou o país, Campos (1992) afirma que a escolha dos locais pelos quais foram espalhados os restos mortais de Tiradentes não se deu de forma aleatória. Eles foram escolhidos como sendo as principais vias de estradas reais, justamente para espalhar, da mesma forma que as ideias dos inconfidentes haviam sido difundidas, o que aconteceria com pessoas que contrariassem o interesse da Coroa Portuguesa.

Visando firmar seu poder sobre a colônia e povoar o interior do território às margens das estradas reais, o império português fundou e incentivou a criação de cidades, como por exemplo, Tiradentes, Congonhas e São João Del Rei. Todas elas tinham aspectos muito parecidos com a vida que se levava em Portugal: o mesmo calendário religioso, a mesma arquitetura e a mesma vida cotidiana. Essas cidades passaram a serem habitadas por comerciantes, pessoas influentes na colônia, artistas, mineradores que contribuíram para a manutenção do território colonial e de sua cultura (COSTA, 2005).

Ao ligar tais cidades, as estradas reais favoreceram para a disseminação de dois dos mais marcantes movimentos artísticos e culturais do período do Brasil colônia: o barroco mineiro e o rococó mineiro. Ambos inspirados em estilos artísticos provenientes da Europa, e que ganharam contornos especiais ao chegarem às Minas Gerais. Os renomados artistas Aleijadinho<sup>40</sup> e mestre Ataíde<sup>41</sup> fizeram diversos trabalhos ao longo dos caminhos reais e nas cidades do seu entorno, contribuindo para a criação de uma releitura dos estilos europeus. Em seus trabalhos, utilizaram “toques brasileiros” para desenvolverem suas obras, como por exemplo, a incorporação de nariz e pés mais grossos e a presença de pessoas negras e de pessoas indígena em seus trabalhos (CAMPOS, 1998).

### 3.2 ESTRADA REAL COMO DESTINO TURÍSTICO

Aproveitando-se de todo o contexto histórico da Estrada Real, foi elaborado um roteiro turístico que, além de contribuir para atrair visitantes para as localidades, teve como objetivo fomentar a história do país e a cultura local através de sua divulgação e incentivo.

---

<sup>40</sup> Antônio Francisco Lisboa

<sup>41</sup> Manuel da Costa Ataíde

### 3.2.1 Criação e caracterização do atrativo Estrada Real

No ano de 1999, o governo de Minas Gerais promulgou a Lei nº 13.173 criando o destino turístico Estrada Real, ao qual chamou de *Programa de Incentivo ao Desenvolvimento do Potencial Turístico da Estrada Real* (MINAS GERAIS, 1999).

Segundo a Lei, em seu 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 (MINAS GERAIS, 1999).

A lei ainda estabelece que, cabe ao Poder Executivo de Minas Gerais a administração e a gerência do programa, apontando a Empresa Mineira de Turismo (TURMINAS) como órgão gestor do programa, prevendo, em seu art. 5º, formas de concessão de incentivos fiscais, compensação financeira ou creditícia:

- 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 (MINAS GERAIS, 1999).

No mesmo ano da publicação da lei, devido à nova estratégia de descentralização do governo de Minas Gerais, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) assumiu a frente do projeto e passou a coordenar a criação através da criação do Instituto Estrada Real, uma organização sem fins lucrativos que visa “organizar, fomentar e gerenciar o produto turístico Estrada Real” (IER, 2015a).

No ano de 2003, o governo de Minas Gerais colocou o projeto Estrada Real como um programa estruturante de governo, passando também a vigorar de acordo com o programa do Governo Federal, o *Plano Nacional do Turismo*. A partir daí, o projeto foi executado em mais

177 municípios, sendo 8 no Rio de Janeiro e 7 em São Paulo, através de mais de 1.630 quilômetros de estradas.

A implementação do projeto contou com a participação do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) através de cooperação técnica e de aportes financeiros que foram divididos em 3 parcelas: U\$ 95.000,00<sup>42</sup>, U\$ 150,00<sup>43</sup> e U\$ 3.388.480,00<sup>44</sup> - esse último com uma contrapartida obrigatória do governo brasileiro no valor de U\$ 1.686.740,00. Segundo a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (BRASIL, 2006), esses valores atenderam inicialmente a Ouro Preto, São João Del Rei, Santa Bárbara e municípios ao redor, e tinham como objetivos:

a criação da rede de pequenas e médias empresas da cadeia produtiva do turismo na Estrada Real, a qualificação e treinamento dos empresários locais e a elaboração de produtos turísticos e sua comercialização; e tem como objetivos a promoção do desenvolvimento regional e o aumento da competitividade das pequenas e médias empresas turísticas ao longo da Estrada Real (BRASIL, 2006, p. 10).

O Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento (PNUD), no ano de 2006, também assinou com o Instituto Estrada Real um convênio de cooperação técnica que prevê o repasse de tecnologia de elaboração, execução e monitoramento dos projetos ligados ao desenvolvimento da estrada (PIRES, 2017).

Na mesma época, as secretarias de turismo e de planejamento e gestão do estado de Minas Gerais assinaram um convênio com o repasse de R\$ 1.050.000,00 para projetos da Estrada Real, na Serra do Cipó e em Diamantina (BRASIL, 2006).

Paralelamente, o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG) disponibilizou, através do Programa de Desenvolvimento de Empreendimentos da Estrada Real (FUNDESE/ESTRADA REAL), uma linha de crédito de R\$ 12.000.000,00, para financiar 281 empreendimentos ao longo de 52 municípios presentes na Estrada Real, com contrapartida obrigatória no valor de R\$ 19.600.000,00 pelos estabelecimentos contemplados (BRASIL, 2006).

Para demarcar os antigos caminhos usados para chegar até Ouro Preto, o Instituto Estrada Real (IER) contratou empresas de consultoria para recriar o trajeto das estradas reais

<sup>42</sup>BID. **BR-T1016**: preparation SMES Tourism Estrada Real. Washington, 2018. Disponível em: <https://www.iadb.org/pt/project/BR-T1016>. Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>43</sup>BID. **TC0112001**: Strategic Plan Tourism Development State Minas Gerais. Washington, 2018. Disponível em: <https://www.iadb.org/pt/project/TC0112001>. Acesso em: 10 jan. 2019.

<sup>44</sup>BID. **BR-M1024**: Estrada Real - Network of Tourism SMEs Minas Gerais State. Washington, 2018. Disponível em: <https://www.iadb.org/pt/project/BR-M1024>. Acesso em: 10 jan. 2019.

por meio da cartografia histórica e de técnicas de geoprocessamento<sup>45</sup> através do uso de Sistemas de Informação Geográfica (SIG).

Para explicar o SIG, Umbelino, Carvalho e Antunes (2009) citam os autores Monmonier (1997), Davis e Fonseca (2001):

Os SIGs – sistema de informação geográfico - procuram simular a realidade do espaço geográfico, permitindo o armazenamento, manipulação e análise de dados geográficos num ambiente computacional. Esses dados representam objetos e fenômenos em que a localização geográfica é uma característica inerente à informação e é indispensável para investigá-la (MONMONIER, 1997; DAVIS; FONSECA, 2001 *apud* UMBELINO; CARVALHO; ANTUNES, 2009, p. 65).

O artigo acima esclarece como foi construída a rota histórica da Estrada Real, utilizando como base um mapa da capitania das Minas Gerais de 1778 por conter “alta precisão e riqueza de informações”, por conseguir identificar vilas e povoados, tribos indígenas, serras e outras informações relevantes para o projeto.

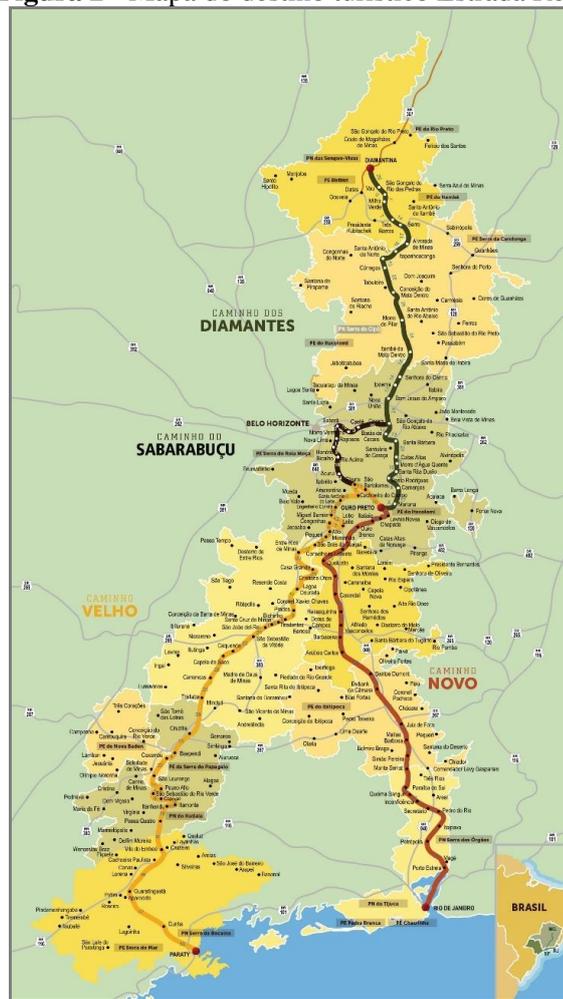
O trabalho mesclou análise computacional, pesquisa de campo, consulta à base de dados da National Aeronautics and Space Administration (NASA), da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Instituto Mineiro de Gestão de Águas, e do Instituto Estadual de Florestas, permitindo que os caminhos reais fossem reconstituídos com o máximo de precisão possível (UMBELINO; CARVALHO; ANTUNES, 2009, p. 66-67).

O mapa que reconstruiu o caminho das estradas reais, abrangendo 4 trechos dos caminhos históricos que eram percorridos entre o século XVII e XIX e deu início ao atrativo turístico Estrada Real pode ser observado na Figura 2.

---

<sup>45</sup> Utiliza programas de computador para o processamento de mapas e de coordenadas desses mapas para o estabelecimento de caminhos. Ver em: <https://www.infoescola.com/cartografia/geoprocessamento/>

**Figura 2 - Mapa do destino turístico Estrada Real**



Fonte: IER, 2018

Com a decisão tomada pelo governo de Minas Gerais de descentralizar a gestão do atrativo turístico Estrada Real, na década de 2000, através do *Programa de Regionalização do Turismo*<sup>46</sup>, a implementação do projeto foi realizada por meio da união de “circuitos turísticos” e passou a abranger inicialmente 7 circuitos: Circuito dos Diamantes, Circuito da Serra do Cipó, Circuito do Ouro, Circuito da Trilha dos Inconfidentes, Circuito do Caminho Novo, Circuito das Águas e Circuito das Terras Altas da Mantiqueira. Outros seis circuitos turísticos foram constituídos ao longo da Estrada Real, nos últimos anos: Circuito Villas e Fazendas de Minas, Circuito Vale Verde e Quedas D’água, Circuito Montanhas Mágicas da Mantiqueira, Circuito Serras do Ibitipoca, Circuito Caminhos do Sul de Minas e Circuito Nascente do Rio Doce. Segundo, Rodrigues (2008), se atrelar a esses circuitos foi uma

<sup>46</sup> MINAS GERAIS. **Decreto nº 43.321, de 8 de maio de 2003.** Dispõe sobre o reconhecimento dos circuitos turísticos e dá outras providências. Minas Gerais: Assembleia Legislativa, 2003. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=43321&comp=&ano=2003>. Acesso em: 10 fev. 2019.

estratégia do Instituto Estrada Real visando regionalizar as áreas de influência de acordo com as antigas áreas coloniais.

Segundo a Secretaria de Turismo de Minas Gerais, existem 46 circuitos no estado e são caracterizados por:

Os Circuitos Turísticos são a instância de governança regional integrados por municípios de uma mesma região com afinidades culturais, sociais e econômicas, que se unem para organizar, desenvolver e consolidar a atividade turística local e regional de forma sustentável, regionalizada e descentralizada, com a participação da sociedade civil e do setor privado. Os Circuitos Turísticos obtiveram seu reconhecimento com a publicação do Decreto Estadual nº43.321/2003 e pela Lei nº 22.765/2017, que instituí a Política Estadual de Turismo (MINAS GERAIS, [2018]).

A criação desses circuitos turísticos pelos municípios é um dos requisitos para que eles tenham acesso ao Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ICMS) turístico, conforme artigo 9<sup>o</sup><sup>47</sup>, da Lei estadual nº 18.030, de 2009, que é repassado pelo estado para os municípios que cumprem os requisitos estipulados previamente através de um índice (MINAS GERAIS, 2009).

Porém, cabe aqui fazer uma diferença entre circuito turístico, implementado pelo governo de Minas Gerais para fins de benefício do ICMS, e o termo roteirização ou roteiro turístico, muito em voga no momento e que caracteriza o destino turístico Estrada Real. Segundo o Ministério do Turismo (2007):

Podemos entender roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. Partindo da definição anterior, pode-se dizer que a roteirização turística é o processo que visa propor, aos diversos atores envolvidos com o turismo, orientações para a constituição dos roteiros turísticos. Essas orientações vão auxiliar na integração e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio do turismo, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada região (BRASIL, 2007, p. 13).

Tavares (2002) adota o mesmo pensamento e classifica os roteiros turísticos como parte fundamental na estruturação para a comercialização do turismo como produto. Junto com Brambatti (2002), considera a roteirização como um fluxo turístico ordenado, onde haverá um itinerário de visitação organizado, seguindo uma sequência pré-estabelecida por um organizador.

---

<sup>47</sup> Art. 9º Os valores decorrentes da aplicação dos percentuais relativos ao critério "turismo", de que trata o inciso XVI do art. 1º, serão destinados aos Municípios com base na relação percentual entre o índice de investimento em turismo do Município e o somatório dos índices de investimento em turismo de todos os Municípios do Estado, fornecida pela Secretaria de Estado de Turismo - SETUR -, observado o disposto no Anexo VI desta Lei (MINAS GERAIS, 2009).

Ao comparar a definição de roteirização, ou roteiro turístico, com a de circuitos turísticos fica claro que o primeiro é a organização de um itinerário turístico que visa estabelecer uma ordem prévia das atrações, enquanto o segundo é a união de municípios com características comuns para fomentar o turismo na região. Essa diferenciação se torna importante uma vez que a Estrada Real, apesar de abarcar alguns circuitos turísticos mineiros, não pode ser classificada dessa forma, pois se propõe a ser um roteiro programado, através do passaporte Estrada Real e do certificado de conclusão do trajeto, que serão vistos mais a frente.

Para Almeida (2006), a Estrada Real é considerada o maior roteiro integrado do país. O modelo de roteirização da Estrada Real ficará claro mais à frente quando abordar os mecanismos de atração e organização do fluxo turístico.

Outra forma de caracterizar a Estrada Real pode ser através do conceito de itinerário cultural (PIRES, 2017). O Comitê Científico Internacional de Itinerários Culturais (CIIC) do International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) em carta sobre os itinerários culturais de 2008, os classificou como:

Uma rota cultural pode ser baseada em uma estrada que foi desenhada especificamente para servir a esse propósito específico ou em uma rota que serviu, no todo ou em parte, de caminhos preexistentes utilizadas para diversos fins. Mas além de seu caráter de comunicação ou o transporte, a sua existência e significado como um Itinerário Cultural em si é explicado unicamente pelo seu uso histórico para uma finalidade específica e particular e por haver gerado ativos patrimoniais associados para esta finalidade, surgidos de sua própria e singular dinâmica que refletem, inequivocamente, a existência de influências recíprocas entre diferentes grupos culturais durante um extenso período da história<sup>48</sup> (ICOMOS, 2008, p. 1, tradução nossa).

O órgão internacional continua:

Os itinerários culturais não são, portanto, simples vias históricas de comunicação que incluam ou conectem diversos elementos patrimoniais, mas fenômenos históricos que não podem criar-se com a imaginação e a vontade de estabelecer conjuntos associativos de bens culturais que possuam características comuns (ICOMOS, 2008, p. 1, tradução nossa)<sup>49</sup>.

<sup>48</sup> Traduzido de: “Um Itinerario Cultural puede basarse en un camino que fue trazado expresamente para servir a dicha finalidad específica o en una ruta que se sirvió, en todo o en parte, de caminos preexistentes utilizados para diversos fines. Pero, más allá de su carácter de vía de comunicación o transporte, su existencia y significado como Itinerario Cultural propiamente dicho se explica únicamente por su utilización histórica para un fin específico y determinado y por haber generado elementos patrimoniales asociados a dicho fin que, surgidos del devenir de su propia y singular dinámica, reflejen inequívocamente la existencia de influencias recíprocas entre distintos grupos culturales durante un extenso período de la historia.”

<sup>49</sup> Traduzido de: “Los itinerarios culturales no son, por tanto, simples vías históricas de comunicación que incluyan o conecten diversos elementos patrimoniales, sino singulares fenómenos históricos que no pueden crearse con la imaginación y la voluntad de establecer conjuntos asociativos de bienes culturales que posean rasgos comunes”.

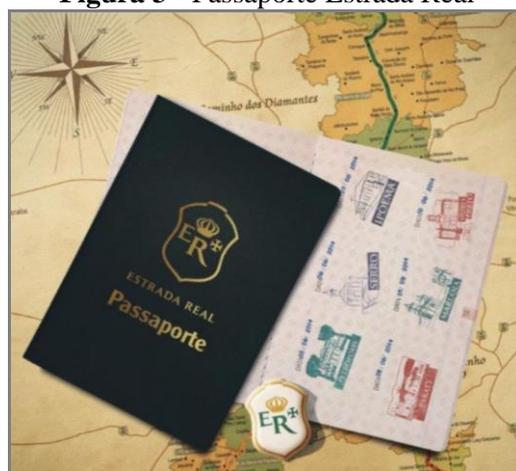
Ainda sobre a cultura e sua presença no atrativo turístico Estrada Real, Caldeira (2015) e Cardoso e Castriota (2012) a classificam como paisagem cultural, definição que remete a “itinerário cultural”, mas guarda diferença. Segundo a UNESCO, paisagem cultural é definida como a combinação de obras da natureza e de seres humanos e expressam uma relação longa e íntima entre as pessoas e seu ambiente natural<sup>50</sup>. Enquanto paisagem pode ser um elemento estático, itinerário é um caminho percorrido.

### 3.2.2 Estrada Real como roteiro

O projeto Estrada Real mapeou 4 caminhos que foram utilizados pela Coroa para controlar a circulação de mercadorias e fiscalizar o pagamento de impostos. Cada um com um tamanho, uma história e atrativos diferentes, mas acabam complementando-se. Todos começam ou terminam em Ouro Preto e são chamados de: Caminho Velho, Caminho Novo, Caminho dos Diamantes e Caminho Sabarabuçu.

Para aproveitar o roteiro turístico de forma completa, o Instituto Estrada Real propõe que o viajante faça uso do passaporte da Estrada Real, solicitado pela internet e retirado mediante a entrega de 1 kg de alimento não perecível nas cidades de Cocais, Diamantina, Glaura, Ouro Preto, Paraty, Petrópolis e Tiradentes (IER, 2015b). Munido desse documento, o site do atrativo disponibiliza uma lista contendo os estabelecimentos de cada cidade que estão aptos a carimbar o passaporte do turista. A Figura 3 apresenta o modelo desse passaporte.

**Figura 3 - Passaporte Estrada Real**



Fonte: IER, 2018.

<sup>50</sup> UNESCO. **Definition.** Disponível em: <http://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-landscape>. Acesso em: 10 jan. 2019.

O passaporte serve para que o turista, ao longo do caminho, pare nas cidades e busque o carimbo específico daquela região, cuja imagem reflete característica peculiar daquela Cidade, seja aspecto arquitetônico, religioso ou natural. Ao completar o número de carimbos estabelecidos para cada um dos 4 caminhos – 14 para o Caminho Velho, 8 para o Caminho Novo, 10 para o Caminho dos Diamantes e 4 para o Caminho de Sabarabuçu –, o visitante pode retirar um certificado de conclusão do trajeto, apresentado na Figura 4.

**Figura 4 - Certificado de conclusão do trajeto**



Fonte: IER, 2018.

Caso complete os 4 caminhos, obtendo os carimbos mínimos para cada localidade, o viajante ganha um certificado especial, conforme Figura 5.

**Figura 5 - Certificado especial**



Fonte: IER, 2018.

Segundo o Instituto Estrada Real, “o Passaporte Estrada Real possui o objetivo de fortalecer a identidade da Estrada Real como um caminho a ser percorrido e fidelizar o turista,

movimentando a economia local nos municípios com pontos de carimbo” (IER, 2018). Essa definição se encaixa no que Brambatti (2002) e Tavares (2002) definem como roteirização, debatida no capítulo anterior.

Os locais em que os carimbos estão disponibilizados são estabelecimentos privados e atrelados ao turismo. Essa parceria entre o Instituto Estrada Real e esses estabelecimentos acontece através de permuta: o gestor do atrativo divulga os pontos de carimbos em seu site, bem como seu endereço e produtos. O estabelecimento, além de carimbar o passaporte dos turistas, envia todo dia primeiro de cada mês uma lista com informações sobre os viajantes, contendo o número de passaporte e a data que foi carimbado. Munido dessas informações, o gestor do destino elabora estatísticas sobre os viajantes, os caminhos percorridos e sobre a forma como os visitantes o percorreram. Adiante, serão apresentados os gráficos elaborados com esses dados e disponibilizados pelos conveniados, nas tabelas 12 e 13.

O Instituto Estrada Real escolhe no máximo 3 estabelecimentos por cidade, com o critério de ter um horário de atendimento grande e flexível ao longo do dia. Alguns locais aproveitam para oferecer descontos em seus produtos ou serviços para visitantes que carimbem seus passaportes com eles, como, por exemplo, o Hotel Real, em São Lourenço.

A ideia por trás da criação do passaporte e do sistema de carimbos é fazer com que o turista visite mais cidades incentivado em conseguir os carimbos necessários para emissão do certificado, movimentando, assim, a economia local. Esse sistema estimula o visitante a conhecer os estabelecimentos que carimbam seu passaporte, e a adquirir seus produtos.

Entretanto, o auxílio às vendas dos estabelecimentos que possuem convênio com o Instituto Estrada Real se mostrou pequeno se comparado aos que estão na rota da estrada, mas não possuem convênio. Isso leva a conclusão de que o marketing no site não é um instrumento plenamente eficaz para a melhoria das vendas. De acordo com as entrevistas, a Tabela 10 apresenta a venda de produtos por estabelecimentos conveniados.

**Tabela 10** – Estabelecimentos com convênio

<b>Estrada Real estimula a venda de seu produto?</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Mais ou menos	12	21,1%
Não	8	14,0%
Sim	37	64,9%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Já a Tabela 11 apresenta a venda de produtos em todos os estabelecimentos:

**Tabela 11** – Venda de produtos nos estabelecimentos

Estrada Real estimula a venda de seu produto?	Entrevistas	Percentual
Mais ou menos	21	18,6%
Não	21	18,6%
Sim	71	62,8%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborado pelo autor

De posse das estatísticas do atrativo, podem-se observar alguns padrões. Com relação à retirada de passaportes e certificados, os dados do Instituto Estrada Real fazem crer que existe sazonalidade nas visitas ao atrativo. O período de férias escolares, mais especificamente os meses de julho e janeiro destacam-se no período analisado, exemplificados na Tabela 12.

**Tabela 12** – Retirada de passaporte por mês

Fonte: IER, 2015b.

A Tabela 13 apresenta o total de certificados mensais, destacando também os meses de janeiro e julho com maior índice.

**Tabela 13** – Total de certificados por mês

Fonte: IER, 2015b.

Em relação ao perfil do roteiro escolhido pelo turista, têm-se os seguintes recortes na Tabela 14 para o período de maio de 2014 até outubro de 2018, considerando as retiradas de certificado:

**Tabela 14 – Retiradas de Certificado (mai/14 a out/18)**

<b>Local</b>	<b>Percentual</b>
Caminho Velho	49,2%
Caminho Novo	8,2%
Caminho dos Diamantes	36,5%
Caminho Sabarabuçu	6,1%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Ou seja, pode-se concluir que os caminhos Velhos e dos Diamantes são os mais visitados pelos turistas da Estrada Real, com 85,7% dos certificados retirados. Esse fato pode ser explicado devido aos atrativos que esses dois caminhos possuem (cidades históricas e belezas naturais).

Em relação à forma como os caminhos são percorridos, os veículos motores lideram com 72,1% dos certificados, conforme mostra a Tabela 15 abaixo, provavelmente em razão dos caminhos passarem por serras e por estradas de terra sem infraestrutura,

**Tabela 15 – Tipos de Turismo**

<b>Tipo</b>	<b>Percentual</b>
Fora de estrada - 4X4	57,0%
Cicloturismo	21,4%
Fora de estrada – moto	15,1%
Caminhada	6,4%
Turismo equestre	0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Por outro lado, por meio da análise da Tabela 16, percebe-se que a maioria dos visitantes (65%) realiza o roteiro em menos de 10 dias, fato que deve estar relacionado à viagem por meio de veículo motor.

**Tabela 16** – Duração de viagem

<b>Período</b>	<b>Percentual</b>
1 a 5 dias	29,7%
6 a 10 dias	35,3%
11 a 20 dias	20,1%
21 a 30 dias	4,4%
mais de 30 dias	10,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Além de disponibilizar os certificados e viabilizar o sistema de passaporte, o Instituto Estrada Real auxilia o turista na navegação pelos caminhos reais. Em seu sítio, existe a possibilidade de fazer o *download* do GPS, com o caminho indicado, como também a cópia das planilhas de navegação que ajudam a encontrar os totens de localização instalados para guiar os viajantes por meio das estradas de terra, e das estradas secundárias pelas quais o percurso passa.

O sítio do Instituto Estrada Real funciona como um guia que concentra as mais diversas informações sobre os trajetos, cidades, atrativos turísticos, restaurantes e hotéis. Nesse sentido, a instituição criou um projeto paralelo, intitulado *Terroir*, com a rota gastronômica da Estrada Real, que mapeia e dá informações sobre produtos gastronômicos típicos da região. O Instituto explica:

A Estrada Real tem na gastronomia uma de suas maiores atrações. 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. Uma iniciativa que está selecionando e mapeando os terroirs encontrados ao longo da Estrada. Tanto em Minas Gerais, quanto no Rio de Janeiro e São Paulo (IER, 2015c).

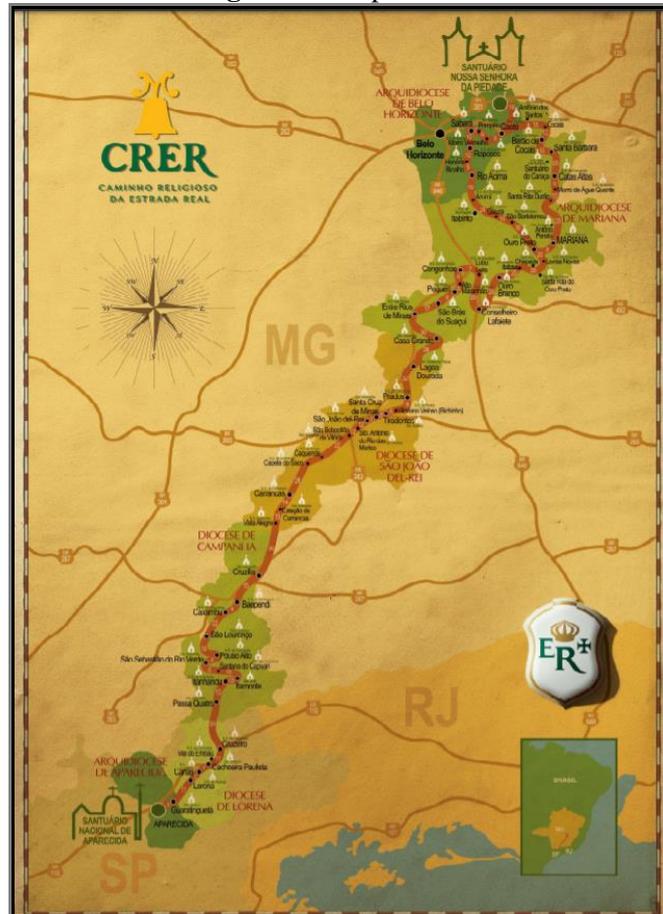
Esse projeto possui um mapa interativo ao qual o visitante pode acessar e descobrir o endereço e características de estabelecimentos e produtos mapeados, servindo como uma espécie de “guarda-chuva” de produtos, conforme definição de Buzio e Re (2015) para as paisagens vinícolas do Piemonte.

Outra forma de exaltar os produtos típicos das regiões pelas quais a Estrada Real passa, é licenciando produtos locais e colocando o logo do atrativo, como uma forma de parceria, onde ambos adquirem benefícios mútuos de visibilidade.

Com o passar do tempo, os administradores do atrativo turístico entenderam que seria uma boa estratégia diversificá-lo através de outros roteiros, dando ênfase ao turismo religioso.

Com isso, em 2017, foi lançado o Caminho Religioso da Estrada Real (CRER), que liga o Santuário de Aparecida até o Santuário de Nossa Senhora da Piedade, conforme Figura 6.

**Figura 6 - Mapa CRER**



Fonte: CRER, 2018.<sup>51</sup>

O CRER funciona de forma similar à Estrada Real, possui um passaporte próprio, com pontos de carimbo ao longo do trajeto e, ao completar o percurso, o peregrino recebe um certificado de conclusão escrito à mão. Para a retirada do passaporte, é necessária solicitação prévia pela internet e pagamento de taxa.

No entanto, esse é um roteiro administrado de forma privada pela empresa *SACRUM Brasilidades*, com sitio e marcações próprias, em parceria com o Instituto Estrada Real.

<sup>51</sup> CRER. **Mapa oficial do CRER**. Belo Horizonte, [2018]. Disponível em: <https://www.caminhoreligioso.daestra.dareal.com/mapacrer.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2018.

## 4 ESTUDO DE CASO DA ESTRADA REAL

Esse capítulo é reservado para tratar do estudo de caso da Estrada Real. Nele, são abordadas duas espécies de análises: a primeira, baseada nas entrevistas e de cunho qualitativo. Ela tem como objetivo estruturar e consolidar as informações dadas pelos entrevistados, procurando obter dados relevantes para a análise da problemática. A segunda análise será feita de forma quantitativa, levando em consideração os números de empregos dos setores turísticos e hoteleiros da região. Seu objetivo será identificar se a criação do projeto turístico Estrada Real trouxe melhoria no emprego desses setores.

### 4.1 RESULTADOS QUANTITATIVOS

O objetivo desse capítulo é verificar se a criação do complexo turístico Estrada Real afeta o emprego formal no setor turístico e hoteleiro<sup>52</sup> das cidades abarcadas por ela, e se a criação da roteirização através do passaporte estimula o emprego para as cidades que possuem esse mecanismo.

Para verificar se o atrativo turístico consegue proporcionar a melhoria desses indicadores, será usado o instrumental econométrico de *diferenças em diferenças* para estimar esses possíveis efeitos.

O teste será realizado considerando somente as cidades de Minas Gerais, por estarem sob a égide do mesmo governo estadual e por serem mais parecidas umas com as outras. Para essa análise, as cidades da Estrada Real de Minas Gerais foram divididas em 3 grupos e são comparadas com o restante das cidades desse estado (683 cidades) entre os anos de 2002 e 2017 com dados da RAIS:

- i) Todas as cidades da Estrada Real em Minas Gerais: englobam todas as cidades que o projeto contempla oficialmente no estado, inclusive as que estão no entorno da rota. Total de 170 cidades.
- ii) Cidades na rota da Estrada Real: são as cidades que a Estrada Real passa dentro e servem de caminho para os turistas explorarem o atrativo. São 54 cidades.

---

<sup>52</sup> Foram retirados dados da Rais vínculos: Setorial, cnae 2.0, cnae 2.0 seção. Os itens selecionados foram: Agências de viagens e operadores turísticos; serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados; hotéis e similares.

- iii) Cidades que carimbam passaporte: são as cidades que possuem o sistema de roteirização, onde o turista é estimulado a carimbar o passaporte para conseguir o certificado. São 36 cidades.

Em relação ao teste, foram considerados como parâmetros temporais os anos de 2004, para o início da Estrada Real, e o ano de 2015 para o começo da implementação do passaporte nas cidades. Apesar da Lei nº 13.173/2015 (BRASIL, 2015) criar o complexo turístico em 1999, ele só foi organizado e estabelecido como roteiro, efetivamente, em meados de 2003. Portanto, escolheu-se o ano de 2004 como o ano em que o “tratamento” Estrada Real começou. Além disso, em relação à criação do sistema de passaporte, os registros datam de outubro de 2014, então, para esse caso o marco escolhido foi 2015 como o ano em que o “tratamento” passaporte começou.

O método de *diferenças em diferenças* tem como objetivo comparar as médias de dois grupos, o que recebeu o tratamento e o que não recebeu, e determinar se houve alguma mudança a partir do começo do tratamento, (ANGRIST; PISCHKE, 2008).

Nesta pesquisa, o tratamento é a criação da Estrada Real e, posteriormente a criação do passaporte, e os grupos comparados são os descritos nos itens i), ii) e iii) acima, com as cidades de Minas Gerais que não fazem parte da rota.

A equação de *diferenças em diferenças* para a análise da criação da Estrada Real, comparando-se todas as cidades que fazem parte do complexo – item i – com o restante das cidades de Minas Gerais é:

$$Y_i = Td + TrB + TdTrB + u_i$$

Em que Y = Emprego no setor de turismo e hoteleiro da cidade; T = tempo; d = dummy de tratamento (a partir de 2004 para a criação da Estrada); TrB = Município da Estrada Real ou não; TdTrB = Interação entre tratamento e ano.

Para a análise e comparação entre as cidades que estão na rota da Estrada Real – item ii – tem-se a mesma equação, somente mudando o parâmetro TrB que passa a ser: municípios em que a Estrada Real passa. Por outro lado, a equação para a análise dos efeitos da criação do passaporte é:

$$Y_i = Td + TrB + TdTrB + u_i$$

Em que Y = Emprego no setor de turismo e hoteleiro da cidade; T = tempo; d = dummy de tratamento (a partir de 2015 para a criação do passaporte da Estrada Real); TrB = Município que carimba passaporte ou não; TdTrB = Interação entre tratamento e ano.

Os resultados dessas três análises são encontrados na Tabela 17, onde são apresentados os parâmetros referentes ao coeficiente de interação entre o tratamento e o ano, TdTrB para cada caso.

**Tabela 17** – Coeficiente de interação

<b>Coeficiente de interação</b>	<b>Coeficiente</b>	<b>Erro padrão</b>	<b>Teste T</b>	<b>P Valor</b>	<b>Intervalo de confiança 95%</b>		<b>Ano</b>
idades de MG x todas cidades ER	- 461,19	1219,06	- 0,38	0,705	2850,73	1928,34	2004
idades de MG x cidades na estrada	1096,39	1747,56	0,63	0,53	2329,07	4521,824	2004
idades de MG x cidades com passaporte	1065,9	2681,94	0,4	0,69	4191,07	6322,86	2015

**Fonte:** elaborado pelo autor

O teste T dos resultados obtidos mostra que nenhuma das três análises é significativa ao nível de 10%. Ou seja, o parâmetro TdTrB que mede a diferença das médias entre os grupos, não é significativo. Tal fato indica que não houve nenhum aumento de emprego no setor turístico e hoteleiro causado pelo tratamento (criação da Estrada Real e roteirização através do passaporte) para as cidades envolvidas.

Paralelamente a essa análise, optou-se por fazer outro teste. Dessa vez a comparação é entre os municípios que estão abarcados oficialmente pelo projeto Estrada Real, mas que não fazem parte da rota da estrada. Nesse caso, eles são entendidos como os municípios do entorno da Estrada Real e são comparados com os seguintes grupos:

- i) Cidades na rota da Estrada Real: são as cidades que a Estrada Real passa dentro e servem de caminho para os turistas explorarem o atrativo. São 54 cidades.
- ii) Cidades que carimbam passaporte: são as cidades que possuem o sistema de roteirização, onde o turista é estimulado a carimbar o passaporte para conseguir o certificado. São 36 cidades.

Essa comparação tem como ponto positivo a maior similaridade entre os grupos, pois além de serem próximos fisicamente, estão todos contemplados pelo projeto turístico. Para essa análise, os objetivos serão dois: avaliar se o fato da Estrada Real passar em uma cidade estimula o emprego no setor de turismo e hoteleiro em comparação com as cidades que ela não passa; e verificar se a implementação do passaporte estimulou a criação de emprego no setor para as cidades que possuem esse mecanismo em comparação com as que não têm, mas são abarcadas pelo projeto.

Para o teste de *diferenças em diferenças*, com objetivo de comparar o grupo das cidades do entorno da Estrada Real com o grupo de cidades pelas quais a Estrada Real passa, tem-se a seguinte equação:

$$Y_i = Td + TrB + TdTrB + u_i$$

Em que Y = emprego no setor de turismo e hoteleiro da cidade; T = tempo; d = dummy de tratamento (a partir de 2004 para a criação da Estrada); TrB = Município que a Estrada Real passa ou não; TdTrB = Interação entre tratamento e ano.

Para o caso da análise das cidades que possuem passaportes, em comparação com as cidades do entorno do projeto turístico, a equação é:

$$Y_i = Td + TrB + TdTrB + u_i$$

Em que Y = Emprego no setor de turismo e hoteleiro da cidade; T = tempo; d = dummy de tratamento (a partir de 2015 para a criação do passaporte da Estrada Real); TrB = Município que carimba passaporte ou não; TdTrB = Interação entre tratamento e ano.

Os resultados obtidos nas duas análises são apresentados conforme a Tabela 18:

**Tabela 18** – Coeficiente de interação

Coeficiente de interação	Coeficiente	Erro padrão	Teste T	P Valor	Intervalo de confiança 95%	Ano
cidades entorno ER x cidades na estrada	2046,25	1481,36	1,38	0,167	- 858,46 4950,98	2004
cidades entorno ER x cidades com passaporte	1317,15	2515,81	0,52	0,601	- 3615,95 6250,25	2015

**Fonte:** elaborado pelo autor

Da mesma forma que a tabela anterior, nenhum dos coeficientes TdTrB nessa tabela são significativos ao nível de 10%. Esse resultado possibilita a conclusão de que a criação da Estrada Real não proporciona aumento de emprego no setor turístico e hoteleiro nas cidades em que ela passa, em comparação com as cidades de seu entorno. Ao mesmo tempo, pode-se concluir que a criação dos passaportes não ocasiona aumento de emprego nos setores de suas respectivas cidades em comparação com as cidades do entorno.

Como forma adicional de testar os resultados encontrados para o número de empregos e verificar se o atrativo Estrada Real realmente não trouxe benefício econômicos para a localidade, foram feitos testes de *diferenças em diferenças* considerando o valor do salário dos funcionários do setor turístico. Para essa situação, foram testados se os salários dos

empregados aumentaram após a criação do projeto turístico Estrada Real, a partir do ano considerado (2004) e se os salários aumentaram após a implantação dos passaportes (2015) para todos os grupos citados acima. Os resultados encontrados para essa análise foram os mesmos quando considerados o número de empregos do setor. Não há evidências de que a criação do projeto turístico Estrada Real tenha causado o aumento do salário dos empregados dos setores turísticos nos grupos analisados. Em outras palavras, nenhum dos coeficientes TdTrB foram significativos ao nível de 10%.

## 4.2 RESULTADOS QUALITATIVOS

Os resultados qualitativos são analisados à luz da interpretação e do aprofundamento das respostas dos questionários. Nesse sentido, cabe destacar que a construção dos resultados foi feita de forma a evidenciar uma palavra principal e contabilizar o número de vezes que a mesma aparece nas diferentes entrevistas.

### 4.2.1 Análise das questões objetivas

Nas questões objetivas, a primeira pergunta teve o intuito de captar a percepção dos indivíduos sobre o estímulo ao turismo que o atrativo traz na região, apresentado na Tabela 19.

**Tabela 19** – Estímulo ao turismo pela ER

<b>ER estimula o turismo na região</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Mais ou menos	17	15,0%
Não	7	6,2%
Sim	89	78,8%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

A Tabela 19 retrata que a grande maioria dos entrevistados acredita que a Estrada Real estimula o turismo na localidade. Porém, quando a pergunta muda para o estímulo que a estrada faz nas vendas dos produtos dos entrevistados, a percepção positiva foi menor, conforme Tabela 20.

**Tabela 20** – Estímulo a vendas no estabelecimento pela ER

ER estimula as vendas no estabelecimento?	Entrevistas	Percentual
Mais ou menos	21	18,6%
Não	21	18,6%
Sim	71	62,8%
<b>TOTAL</b>	113	100,0%

Fonte: elaborado pelo autor

Conjugando as duas perguntas, o resultado apresentado é que a Estrada Real favorece o turismo na localidade, porém não produz o mesmo resultado com a venda de produtos e serviços. Tal fato pode estar relacionado a outro resultado que será analisado mais a frente, na subseção de análise das perguntas abertas - turismo passageiro.

Essa foi a opinião do secretário de Turismo de uma das cidades do trajeto da Estrada Real, ao falar sobre o tema:

O turismo da Estrada Real acaba sendo mais de passagem. Mas o turista vem, gosta da cidade e depois volta sem fazer a Estrada Real. Os setores que mais se beneficiam com a Estrada Real são os restaurantes, pois o turista passa, pega o carimbo e vai embora. Hotelaria não ganha tanto pois não chega a dormir (ENTREVISTA, 2019t).

Nessa mesma linha de pensamento, o assessor da Secretaria de Turismo de uma cidade no Caminho Velho disse que “ela é mais forte no circuito do Ouro. Os poucos turistas que ficam, ficam somente uma noite e partem logo cedo” (ENTREVISTA, 2019p). Por outro lado, o dono de pousada em São Brás do Suaçuí reconhece o potencial do projeto, ao dizer que “a Estrada Real teria potencial para ser mais de 1/3 do faturamento de meu estabelecimento, mas isso não acontece porque o turista não pernoita na cidade. Quase não passa por aqui” (ENTREVISTA, 2019a).

A Tabela 21 apresenta os dados de outra pergunta elaborada com o objetivo de constatar quais setores são mais beneficiados com a existência da Estrada Real. Essa pergunta possuía a opção de o participante escolher mais de um item das respostas.

**Tabela 21** – Setores beneficiados pela ER

Quais setores mais se beneficiam com a ER?	Citações	Percentual
Turismo	83	73,5%
Pequenos produtores locais	34	30,1%
Grandes empresários	14	12,4%
Moradores	13	11,5%
Governo	12	10,6%
Nenhum	1	0,9%

Fonte: elaborado pelo autor

Nesse aspecto, uma funcionária de uma pousada no Caminho Velho comentou que “40% dos hóspedes estão fazendo a Estrada Real. Caiu um pouco por conta da interdição da balsa do Caquende, mas ainda vem muito turista” (ENTREVISTA, 2019b). Por outro lado, outro dono de pousada, no Caminho de Sabarabuçú, acredita que pode melhorar ainda mais o turismo: “acho que o fomento ao turismo na região poderia ser melhorado ainda mais, com a ajuda de governantes mais competentes. Os atrativos turísticos das regiões são pouco divulgados” (ENTREVISTA, 2019c).

Ainda em relação ao tema, foi perguntado quais das opções constantes do formulário de pesquisa a Estrada Real estava ligada, na opinião dos entrevistados. Nessa pergunta, o entrevistado também poderia escolher mais de uma opção, conforme apresentado na Tabela 22.

**Tabela 22** – Opções que a ER está ligada

ER ligada a:	Citações	Percentual
Turismo e Comércio	71	62,8%
Visibilidade local	46	40,7%
Cultura local	36	31,9%
Cooperação dos habitantes	4	3,5%
Auto estima dos moradores	4	3,5%

**Fonte:** elaborado pelo autor

No âmbito da pergunta representada pela Tabela 22, um comerciante do Caminho Novo acredita que apesar de a Estrada Real contribuir para o turismo e o comércio, o tipo de turismo proposto nela não é tão benéfico, afirmando que “o setor turístico ganha pouco com a Estrada Real, pois o turista é muito passageiro. O público da Estrada Real tem outro perfil, com diárias e hotéis mais baratos. Não é o tipo de pessoa que gasta” (ENTREVISTA, 2019d). Por outro lado, um empresário da cidade de Prados acredita que o turismo pode melhorar ainda mais se houver infraestrutura na cidade: “todo o comércio de Prados está se beneficiando com a Estrada Real. O turista não fica mais tempo na região por falta de pousada e de estrutura. Aqui quase não tem” (ENTREVISTA, 2019e).

Como pode ser observado, o setor turístico lidera todas as estatísticas das entrevistas objetivas. Esse resultado corrobora as análises feitas por Arezki, Cherif e Piotrowski (2009), e também por Paci e Marrocu (2013), que encontram resultados positivos para o turismo como uma forma alternativa de alcançar o desenvolvimento econômico.

Dois outros resultados significantes dizem respeito a pequenos produtores locais sendo apontados como o segundo setor que mais se beneficia com a Estrada Real; e a visibilidade

local sendo apontada como muito ligada ao atrativo. Para o primeiro resultado, tem-se o depoimento de uma líder comunitária e produtora de queijo na região de Serro: “O traçado original da Estrada Real passa dentro da minha fazenda. Ela é muito importante para os meus negócios e para a divulgação do queijo do Serro” (ENTREVISTA, 2019g). Já para o segundo resultado, um assessor da Secretaria Municipal de Turismo de Carrancas afirma que “os principais benefícios gerados pela Estrada Real para Carrancas são a divulgação da cidade e o resgate da cultura local” (ENTREVISTA, 2019f).

Nesse mesmo sentido, um artesão da cidade de Santos Dumont, cortada pelo Caminho Novo lembrou que “a Estrada Real estimula bastante o turismo, principalmente na zona rural, pois grande parte da estrada passa por lá. Mas dava para ser melhor divulgada, poderia ajudar ainda mais” (ENTREVISTA, 2019h).

Essas percepções levam a concluir que o turismo gerado pela Estrada Real acaba refletindo, de alguma forma, na localidade, seja através do estímulo aos pequenos produtores ou através da visibilidade.

Ainda em relação a Tabela 22, o baixo número de citações para a cooperação dos habitantes pode ser esclarecido com as respostas da última questão objetiva da entrevista. A pergunta procura saber se existe cooperação entre moradores, governo e comerciantes para a melhoria da Estrada Real, com resultados na Tabela 23.

**Tabela 23** – Cooperação entre os agentes

<b>Existe cooperação para melhorias da ER</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Mais ou menos	26	23,0%
Não	65	57,5%
Não sabe	3	2,7%
Sim	19	16,8%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

O baixo número de citações com “sim” (16,8%) associado à baixa citação da cooperação dos habitantes na Tabela 22 (3,5%), leva a crer que as ações dos atores são feitas de forma isolada e com pouca articulação entre si. Já em relação à gestão compartilhada e a forma como ela deve ser construída em conjunto com a sociedade, visando o desenvolvimento local, Buarque (2002) explica que:

O sistema deve estruturar e distribuir as responsabilidades dos agentes e atores pela execução das diversas tarefas e atividades, expressas, de forma sintética, em uma matriz institucional, que distribui as responsabilidades e

atividades entre os atores e agentes públicos (incluindo os indicadores de avaliação e acompanhamento), de modo a comprometer a sociedade numa situação de corresponsabilidade e reforçar o controle social sobre o processo. Por outro lado, deve explicitar os mecanismos e as instâncias de participação da sociedade e dos atores sociais no acompanhamento e na implementação do plano, assegurando o sistema participativo da gestão (BUARQUE, 2002, p. 114).

A percepção de um secretário de turismo de uma cidade cortada pelo Caminho Velho leva a crer que a população local não foi envolvida no projeto e que o planejamento inicial foi falho:

Falta treinamento e capacitação aos hotéis, população e comerciantes. Faltam recursos humanos, financeiros e estrutura turística para as cidades do trajeto. Faltou estruturação do projeto e envolver a população local, os moradores. Hoje, não há sentimento de pertencimento deles para com o projeto (ENTREVISTA, 2019p).

Essa visão é compartilhada por um dono de pousada da cidade de Serro. Para ele, os moradores e os próprios produtores locais possuem muito pouco conhecimento sobre a Estrada Real, o que impossibilita de se beneficiarem da forma adequada: “Só existem ações isoladas através de associações e líderes comunitários. Os próprios moradores possuem pouca informação sobre ela, os produtores de queijo não possuem conhecimento mercadológico sobre a Estrada Real para cobrar os turistas” (ENTREVISTA, 2019i). Um empresário, dono de agência de turismo, foi mais crítico: “Não há gestão. Os marcos estão abandonados e o Instituto joga a responsabilidade para os municípios. Parece que falta dinheiro” (ENTREVISTA, 2019j)

Como forma de complementar o resultado geral das perguntas objetivas e entender o comportamento de grupos particulares, foram elaborados alguns recortes que evidenciam resultados que fogem das médias encontradas nas entrevistas. O primeiro recorte é em relação à diferença de percepção da zona urbana para a zona rural em relação à Estrada Real estimular o turismo, representados na Tabela 24.

**Tabela 24** – Estímulo ao turismo pela ER (Zona Urbana x Zona Rural)

ER estimula o turismo na região?	Urbano	Qtd	Rural	Qtd
Mais ou menos	13,8%	11	18,2%	6
Não	3,8%	3	12,1%	4
Sim	82,5%	66	69,7%	23
<b>TOTAL</b>	100,0%	80	100,0%	33

Fonte: elaborado pelo autor

O desabafo de um comerciante na zona rural pode ajudar a esclarecer a diferença entre as estatísticas dessas localidades, apesar do resultado positivo de ambas: “Estou tentando ser conveniado, mas acredito que não há interesse por parte deles. Não estamos nos grandes centros. A Estrada Real por aqui me parece abandonada” (ENTREVISTA, 2019u)

Ao considerar as faixas etárias dos entrevistados, a diferença de resultados nesse mesmo quesito se torna ainda mais expressiva, conforme expresso na Tabela 25.

**Tabela 25** – Estímulo ao turismo pela ER (Faixa etária)

<b>ER estimula o turismo na região?</b>	<b>Até 30 anos</b>	<b>Acima de 51 anos</b>
Mais ou menos	5,4%	29,6%
Não	2,7%	18,5%
Sim	91,9%	51,9%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

A grande diferença entre as duas faixas etárias acima listadas também se repete quando a pergunta é referente ao estímulo que a Estrada Real proporciona na venda do produto ou serviço do entrevistado, apresentados na Tabela 26.

**Tabela 26** – Estímulo a vendas no estabelecimento pela ER (Faixa etária)

<b>ER estimula vendas no estabelecimento?</b>	<b>Até 30 anos</b>	<b>Acima de 51 anos</b>
Mais ou menos	13,5%	22,2%
Não	10,8%	33,3%
Sim	75,7%	44,4%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Com relação aos estabelecimentos que possuem convênio com a Estrada Real, nota-se, na Tabela 27, que há uma diferença significativa sobre a percepção do estímulo ao turismo na região.

**Tabela 27** – Estímulo ao turismo pela ER (com/sem convênio)

<b>ER estimula o turismo na região?</b>	<b>Sem convênio</b>	<b>Com convênio</b>
Mais ou menos	16,1%	14,0%
Não	12,5%	0,0%
Sim	71,4%	86,0%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

A Tabela 28 traz dados sobre a cooperação entre os estabelecimentos. A noção de cooperação pode ser maior nos estabelecimentos conveniados ao Instituto Estrada Real devido a sensação de estar imerso em uma forma de articulação entre os agentes, com a divulgação no site do atrativo e o carimbo de passaporte no estabelecimento.

**Tabela 28** – Cooperação entre estabelecimentos

Existe cooperação?	Sem convênio	Com convênio
Mais ou menos	16,1%	29,8%
Não	69,6%	45,6%
Não sabe	3,6%	1,8%
Sim	10,7%	22,8%
<b>TOTAL</b>	100,0%	100,0%

**Fonte:** elaborado pelo autor

Nesse sentido, a responsável por uma atração turística na vila Cocais explica:

A parceria com o Instituto é válida pois atrai pessoas que acabam entrando aqui e divulgando. O estímulo ao turismo na região é devido a existência do passaporte que contribui com a vinda de pessoas na cidade. No nosso caso, o Instituto Estrada Real faz a divulgação da nossa propriedade e colocou placas na portaria para sinalizar melhor o caminho e o ponto de carimbo (ENTREVISTA, 2019l).

Em relação ao turismo, por presenciar a vinda de visitantes para carimbar os passaportes, os estabelecimentos vinculados podem ter uma percepção mais tendenciosa sobre esse quesito do que os não vinculados. Esse pode ser o caso de um hotel em São Lourenço que aproveita a vinda dos turistas para carimbar seu passaporte e oferece a eles 30% de desconto durante a semana e 20% aos finais de semana: “Mais ou menos 12% das pessoas que carimbam aqui acabam se hospedando. Porém, os viajantes da Estrada Real estão mais preocupados em completar o trajeto do que aproveitar o percurso. Acabam não conhecendo a cidade e ficam pouco tempo”. Por outro lado, quando a pergunta é se a Estrada Real contribui para a venda de produtos nos estabelecimentos, não há uma diferença significativa entre as respostas dos vinculados e não vinculados<sup>53</sup> (ENTREVISTA, 2019r).

<sup>53</sup> Diferença entre conveniados, onde 64,1% diz que a Estrada Real afeta as vendas, frente a 60,71% dos não conveniados que diz não afetar as vendas.

#### 4.2.2 Análise das questões abertas

Nesta parte da pesquisa, são analisadas entrevistas com pessoas que participaram do início do projeto Estrada Real e com pessoas que ofertam algum tipo de produto ao longo do trajeto. Pretende-se explorar o conteúdo das perguntas abertas do questionário, procurando estabelecer relações com as análises de pesquisadores sobre o tema.

Ao comentar sobre os aspectos do atrativo turístico em sua entrevista, Allaouá Saadi, doutor e professor do curso de pós-graduação de turismo da UFMG, dono de uma pousada no Caminho dos Diamantes e consultor no início das atividades da Estrada Real, mapeia o histórico do projeto, bem como suas falhas:

Não houve preparação da população local para o projeto Estrada Real. Deveriam ter feito um planejamento turístico visando tentar adaptar o cotidiano da população ao turismo. Senão, você vai acabar tendo bar de turistas que é um local onde a população não se sente confortável de sentar (SAADI, 2019).

Sobre o mecanismo de roteirização do projeto, o professor comenta:

A ideia do passaporte é boa. Obriga as pessoas a passarem pelos lugares, mas não adianta se a localidade não está preparada para receber o visitante ou então se não há a aplicação do real conceito do projeto Estrada Real. Acaba virando uma forma de somente passar pelos lugares sem a devida oportunidade de ficar, conhecer e aproveitar os atrativos locais (SAADI, 2019).

Em relação ao *terroir* das localidades e o projeto do Instituto Estrada Real que tenta mapeá-los, Allaouá é cético:

O mapeamento do *terroir* acaba sendo algo muito forçado, uma vez que ele é algo que acontece naturalmente através da interação da população e da terra. Esse conceito acaba sendo pouco trabalhado, pois a população local não se sente preparada para suprir a oferta. Então, as pessoas de fora acabam ofertando produtos que deveriam ser locais, deturpando o sentido de *terroir* (SAADI, 2019).

Em uma entrevista para o site Cicloculturismo no Brasil, Áttila Godoy, idealizador do projeto turístico Estrada Real, comenta sobre o início do projeto e a participação da FIEMG:

A Estrada Real não tem dono. A Estrada Real é de quem está na Estrada Real. E assim, houve uma distorção. Nós tínhamos pensado o Instituto [Estrada Real] como uma ONG, equidistante de tudo e que não comandaria nada, estaria apenas tentando coordenar o mutirão para fazer acontecer o projeto, mas que não seria dono. O projeto não teria dono. E aconteceu exatamente o contrário. Pela mentalidade da nova administração da FIEMG ‘quero controlar’, ‘quero ser o dono’ (GODOY, 2010).

Em outra entrevista para o mesmo sítio, Áttila comenta sobre a mineração na região, o rompimento da barragem de Mariana e a interdição de uma parte do Caminho dos Diamantes

por conta da tragédia. Ele acredita que, como a Samarco e a Vale são filiadas à FIEMG, a reparação e a reabertura do caminho já deveriam ter sido feitas, com apoio da FIEMG e do Instituto Estrada Real:

O Instituto Estrada Real poderia influir na FIEMG, nas atuações da FIEMG, fazendo com que a FIEMG pudesse estar fazendo com que o Estado de Minas Gerais, pelo menos o Estado de Minas Gerais, tomasse alguma providência adequada para que a própria Estrada Real continuasse sendo aquele produto turístico que se sonhou no princípio da elaboração do projeto turístico da Estrada Real. Não deixar que esse produto turístico seja interrompido seja lá por que causa for (GODOY, 2017).

Em relação à atividade de mineração e seu impacto em atrativos turísticos, a UNESCO adota uma posição clara da incompatibilidade dessas atividades próximas a patrimônios mundiais. Não é possível afirmar se este fato foi determinante para que a Estrada Real ainda não tenha conseguido essa nomeação, dada a curta distância entre as mineradoras e este atrativo turístico e as consequências desta proximidade:

Observa-se com grande preocupação que um número crescente de propriedades enfrenta potenciais ameaças de grandes projetos de barragens, considera-se que a construção de barragens com grandes reservatórios dentro dos limites das propriedades do Patrimônio Mundial é incompatível com seu status de Patrimônio Mundial e insta os Estados Partes a garantir que os impactos das barragens que poderiam afetar as propriedades localizadas a montante ou a jusante dentro da mesma bacia hidrográfica sejam rigorosamente avaliados para evitar impactos no Valor Universal Excepcional (UNESCO, 2016, tradução nossa)<sup>54</sup>.

A opinião de um líder comunitário de Itatiaia, distrito de Ouro Branco, sobre esse assunto é a de que o foco governamental deveria ser outro: “O minério de ferro vai se exaurir em 20 anos. Como os municípios vão sobreviver disso? O turismo é a principal alternativa. Tem que se estruturar agora, mas falta continuidade nos trabalhos após mudança de governo” (ENTREVISTA, 2019m).

Em relação às perguntas abertas do questionário, foram formuladas três questões associadas aos principais objetivos dessa pesquisa. Uma delas teve a intenção de captar a percepção do entrevistado com relação à propriedade do atrativo turístico Estrada Real. Para tanto, foi feita uma ligação com a literatura de *commons* e, de forma simples, questionou-se o participante se a Estrada Real era um “bem de todos” e por qual motivo. Nesse sentido, a grande maioria a classificou como um bem de todos, conforme resultado na Tabela 29.

<sup>54</sup> Traduzido de: “Notes with significant concern that an increasing number of properties are facing potential threats from major dam projects, considers that the construction of dams with large reservoirs within the boundaries of World Heritage properties is incompatible with their World Heritage status, and urges States Parties to ensure that the impacts from dams that could affect properties located upstream or downstream within the same river basin are rigorously assessed in order to avoid impacts on the Outstanding Universal Value”.

**Tabela 29** – Bem de todos

<b>ER é um bem de todos?</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
<b>Não</b>	13	11,5%
<b>Sim</b>	100	88,5%
<b>TOTAL</b>	113	100,0%

**Fonte:** elaborado pelo autor

Posteriormente, conforme destacado na Tabela 30 abaixo, foram apontadas e elencadas as diversas razões para a resposta positiva à questão anterior. De forma livre, cada participante pôde apontar mais de um motivo para fundamentar sua opinião.

**Tabela 30** – Por que é bem de todos?

<b>Por que sim?</b>	<b>Citações</b>	<b>Percentual</b>
Faz parte da história do país	36	36,0%
É aberta para todos que quiserem conhecê-la	14	14,0%
Pois vem muitas pessoas de fora (Brasil e exterior)	14	14,0%
Pois abrange muitos lugares	14	14,0%
É um bem cultural do país	11	11,0%
Gera externalidades positivas para o entorno	8	8,0%
Todos saem ganhando com a Estrada Real	7	7,0%
É um patrimônio nacional	6	6,0%
Traz conhecimento para o turista	3	3,0%
Não é exclusivo de ninguém	3	3,0%
Não sabe dizer	3	3,0%
Gera cooperação entre o público, privado e o local	2	2,0%
Contribuiu para a urbanização do país	2	2,0%
Pois muitos gostariam de conhecê-la	2	2,0%
Divulga as localidades	2	2,0%
Gera renda para as comunidades	2	2,0%
Serviu para escoar todos os bens do país	1	1,0%
Contribui com a preservação	1	1,0%
Pois todos se sentem bem nela	1	1,0%
Diz respeito a todos os cidadãos do país	1	1,0%
Contribui com a organização das comunidades	1	1,0%
Pertence ao domínio popular	1	1,0%
Pois todos devem cuidar	1	1,0%
É um bem do país	1	1,0%

**Fonte:** elaborado pelo autor

Analisando o resultado geral e os motivos apontados para a classificação da Estrada Real como um “bem de todos”, principalmente as justificativas que se assemelham à característica de não exclusividade, quais sejam “é aberta para todos que quiserem conhecer” e “pois vem muitas pessoas de fora (Brasil e exterior)”, ambas que ainda podem ser aliadas

com dois outros motivos: “faz parte da história do país” e “é um bem cultural do país”, faz-se inferir que a história e a cultura do atrativo são bens públicos. Desta forma, pode-se chegar a uma conclusão: a Estrada Real se encaixa na definição de *common* de acordo com a maioria dos entrevistados.

O relato de uma funcionária de um estabelecimento na cidade de Santos Dumont, no Caminho Novo, retrata bem o resultado geral: “É um bem de todos, pois o turista não passa somente pelo caminho. Ele passa também pelo conhecimento histórico do país” (ENTREVISTA, 2019n). Corroborando a ideia de bem de todos, um político da cidade de São Brás do Suaçuí, no Caminho Velho, disse:

Os responsáveis deveriam criar um sentimento de pertencimento da população. Poderiam colocar um morador como zelador da Estrada Real em alguns trechos. Ele seria responsável por comunicar algum problema no trecho pelo qual é responsável e ao mesmo tempo conscientizar a população da sua comunidade, após receber o devido treinamento. Afinal, ela é um bem de todos (ENTREVISTA, 2019o).

A segunda pergunta aberta teve o interesse em descobrir se o entrevistado fez algum investimento que atrelasse a marca, serviço ou produto dele à Estrada Real. Essa pergunta torna-se relevante, pois se o indivíduo faz investimento para se atrelar à Estrada Real, esta atitude, implicitamente, demonstra que ele acredita que o atrativo traz algum tipo de retorno e recompensa ao seu investimento, seja através da visibilidade do produto ou de aumento nas vendas. Nessa pergunta, o número de pessoas que investiram, apesar de significativo, foi menor do que as que não investiram, como visto na Tabela 31.

**Tabela 31** – Investimentos nos estabelecimentos

<b>ER é um bem de todos?</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Percentual</b>
Não	66	58,4%
Não sabe	7	6,2%
Sim	40	35,4%
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Na sequência, foram elencados os principais investimentos feitos, destacados na Tabela 32.

**Tabela 32** – Tipo de investimento

Qual investimento?	Citações	Percentual
Fez uma placa da Estrada Real no estabelecimento	9	22,5%
Divulgou o estabelecimento ligado à Estrada Real	9	22,5%
Investiu em mecanismos digitais atrelados à Estrada Real	6	15,0%
Criou um roteiro turístico atrelado à Estrada Real	5	12,5%
Ajudou diretamente o Instituto Estrada Real	4	10,0%
Revende produtos com o símbolo da Estrada Real	3	7,5%
Criou um produto atrelado à Estrada Real	3	7,5%
Dá descontos para viajantes da Estrada Real	1	2,5%

**Fonte:** elaborado pelo autor

A análise dos investimentos mostra que muitos se aproveitam do marketing espontâneo que o atrativo traz e tentam divulgar seu produto ligando-o à Estrada Real (22,5%), por meio da inserção do símbolo do atrativo nele. Eles também colocam placas e/ou fazem pinturas no interior de suas lojas que remetem ao atrativo (22,5%) como uma forma de atrair mais visitantes. Outra forma relevante de investimento é a divulgação do estabelecimento em aplicativos ligados à Estrada Real, ou então nas mídias sociais. Tais fatos somados contribuem para a percepção de que a Estrada Real auxilia na melhoria do comércio local, pois muitos estabelecimentos querem se atrelar a ela.

Por outro lado, grande parte dos entrevistados citou a falta de incentivos e de financiamentos para investir em artigos da Estrada Real. Essa foi a opinião de uma secretária de turismo de uma das cidades no Caminho Velho:

O município sempre investe ao divulgar os eventos na cidade e atrelá-los à Estrada Real. Mas falta um financiamento federal para pequenos empreendedores da Estrada Real poderem investir também. Isso traria mais estrutura à cidade, melhoria o turismo e beneficiaria os moradores (ENTREVISTA, 2019p).

Essa também foi a opinião de um dono de comércio na cidade de Passa Quatro, no Caminho Velho: “Eu quero investir. Já busquei o Instituto para saber como posso usar o símbolo deles, mas não consegui contato. Ninguém me responde. Me parece que é muito caro. Não vale a pena. Não existe nenhum tipo de parceria ou financiamento” (ENTREVISTA, 2019q).

Outro fator relevante na análise dos investimentos é o fenômeno que vem aumentando ao longo de toda a Estrada Real, sua roteirização, citada por 12,5% dos entrevistados que investiram. A ideia é criar caminhos que passem por ela ou que se complementem ao da Estrada Real, usando-a como uma forma de divulgação e de propaganda para esses novos roteiros. Os caminhos que possuem esse mecanismo e foram observados ao longo da pesquisa

de campo são: Caminho da Inhá Chica, Caminho Religioso da Estrada Real (CRER), Caminho dos Anjos, Rota das Transições, Caminhos das Oliveiras, Caminho de Taem, Caminho do São Tiago mineiro, Caminho de Santa Iler, Caminho Entre Serras, Caminhos do Brasil Imperial e Caminho do Proença.

Abrindo um pouco mais os números dos investimentos na sub-roteirização do atrativo, o perfil dessas pessoas/instituições que estão investindo é:

- ✓ Três instituições ligadas diretamente ao governo local – duas são atrativos turísticos sob a sua gestão e uma é o próprio governo local, através da Secretaria de Turismo;
- ✓ Duas instituições ligadas à igreja católica, sendo uma a própria Arquidiocese e a outra uma instituição filantrópica, religiosa e sem fins lucrativos;
- ✓ Uma é empresa particular, ligada ao turismo que explora o roteiro criado por eles.

Ou seja, pelo perfil das instituições que investiram nesse formato e que responderam as entrevistas, conclui-se que, em sua maioria, não possuem objetivo de lucro, pelo menos de forma direta. Analisando as respostas das perguntas fechadas do questionário para esse grupo, não há divergências significativas em relação às respostas do total de entrevistados. Porém, quando se analisa as perguntas abertas, informações relevantes sobre o perfil dessa classe surgem. Quando a pergunta pede para que o entrevistado liste os pontos negativos, motivos como “falha na exploração”, “pouca divulgação” e “nenhum”, podem trazer sinais sobre as razões de optarem por essas novas roteirizações. Ao mesmo tempo, as citações sobre os pontos positivos também possibilitam novas inferências: as afirmações de que a Estrada Real fomenta o turismo e aumenta a visibilidade da localidade são boas pistas e auxiliam na conclusão. É o que se vê na Tabela 33, que traz a listagem dos pontos negativos e positivos.

**Tabela 33** – Pontos positivos e negativos no investimento

<b>Pontos negativos</b>	<b>Citações</b>	<b>Percentual</b>	<b>Pontos positivos</b>	<b>Citações</b>	<b>Percentual</b>
Falha na exploração	2	22,2%	Fomento ao turismo	4	44,4%
Pouca divulgação	2	22,2%	Visibilidade	4	44,4%
Falta de apoio	2	22,2%	Organização	1	11,1%
Aumento de lixo	1	11,1%	-		
Nenhum	2	22,2%	-		
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100,0%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** elaborado pelo autor

A conclusão que se chega é que os investidores dessas sub-roteirizações acreditam que a Estrada Real fomenta o turismo e atrai visibilidade para a localidade e para seus produtos, porém, ela não é explorada, divulgada e não recebe apoio da forma correta. Ou seja, aspectos

de gestão distanciam a Estrada Real de capturar o máximo dos benefícios possíveis e essas instituições acreditam que podem ter um resultado melhor fazendo a gestão de seu próprio sub-roteiro. Por outro lado, as duas instituições que afirmaram não ter problema algum com o atrativo, podem acreditar que existe a possibilidade de se aproveitar do sucesso da Estrada Real. Com isso, optaram por lançar esses roteiros como uma forma de “surfar” nesse sucesso.

Saindo dos investimentos capturados nos questionários e observando os sub-roteiros mapeados na pesquisa de campo, dos 11 caminhos encontrados ao longo do trajeto da Estrada Real, 18% são de instituições religiosas, 27% de instituições privadas ligadas ao setor turístico e 55% ligadas aos governos locais. Esse recorte mostra a importância que as instituições públicas regionais estão dando à apropriação dos benefícios gerados pela Estrada Real e leva a crer que eles procuram dar mais ênfase aos atrativos de sua localidade e ter uma gestão mais coordenada e coesa na promoção desses novos roteiros, sem a interferência do governo de outras cidades ou estados.

Com relação ao tema, um dos entrevistados, envolvido na criação de dois desses roteiros, disse:

Com relação ao Caminho de Inhá Chica, o SEBRAE bancou tudo: treinamento de guias de turismo, treinamentos nos hotéis, divulgação, tudo mesmo. Já o CRER pegou carona na Estrada Real. Ele utiliza quase tudo dela, mas ainda não emplacou. No Brasil é difícil essa cultura de peregrinação (ENTREVISTA, 2019v)

Em relação à terceira pergunta aberta, o objetivo foi um pouco mais amplo e tentou explorar a percepção dos entrevistados em relação aos benefícios e malefícios do atrativo. A pergunta feita foi: Quais são os pontos positivos e negativos da Estrada Real? Nela, os entrevistados eram estimulados a citarem, livremente e, sem quantidade determinada de respostas, as principais características do atrativo de acordo com a sua visão de mundo. As características apontadas foram listadas e contabilizadas, conforme Tabela 34.

**Tabela 34 - Pontos positivos da Estrada Real**

Pontos positivos	Citações	Percentual de citação
Aumento do turismo nas localidades	54	47,8%
História	30	26,5%
Cultura	27	23,9%
Melhoria da economia local	25	22,1%
Visibilidade das localidades	19	16,8%
Divulgação do atrativo	13	11,5%
Conhecimento das localidades	11	9,7%
Natureza e belezas naturais	7	6,2%

**Fonte:** elaborado pelo autor

**Tabela 34 - Pontos positivos da Estrada Real (continuação)**

Pontos positivos	Citações	Percentual de citação
Troca cultural entre moradores e turista	7	6,2%
O tipo de turista que vai a Estrada Real	7	6,2%
A ideia da criação do atrativo	6	5,3%
Instituto Estrada Real	5	4,4%
Nenhum	5	4,4%
Bem estar dos moradores	5	4,4%
Venda de produtos locais	4	3,5%
Organização do atrativo	4	3,5%
Melhoria da infraestrutura das localidades	4	3,5%
Acesso às cidades históricas	3	2,7%
Estímulo à outras roteirizações	3	2,7%
Cooperação dos 3 estados e iniciativa privada	2	1,8%
Conhecimento do Patrimônio	1	0,9%

**Fonte:** elaborado pelo autor

Em relação aos pontos positivos, o atrativo proporciona aumento do turismo nas localidades do seu roteiro, de acordo com a citação espontânea de 47,8% dos entrevistados. Aliado às respostas das perguntas objetivas e somado a resposta de 22,1% das pessoas de que o atrativo melhora a economia local, pode-se concluir que esse caso se assemelha aos casos analisados por Frey e Steiner (2013) para duas localidades na Alemanha, Jimura (2011) em relação ao complexo de Shirakawa-go no Japão e Mason and Kuo (2008) no caso de Stonehenge. Apesar dos autores analisarem o efeito da certificação da UNESCO e concluírem que ela contribui para o aumento do turismo e melhoria da economia, o paralelo com a Estrada Real pode ser feito à medida que a implementação do atrativo também proporciona aumento do turismo e melhoria da economia local.

Outro fato notável em relação aos pontos positivos é a importância que a Estrada Real tem em contribuir para o fomento e o conhecimento da história do país (26,5%) e da cultura local (23,9%). Essas duas características do destino turístico podem ser consideradas suas principais formas de atração de turistas. Se forem bem trabalhadas, através de investimentos em instituições culturais e na ampliação da capacidade cultural da localidade, podem gerar ganhos para os moradores e para a economia local (HAMMET; SHOVAL, 2003; LLOYD, 2006; 2002; MARKUSEN e GADWA, 2009; MARKUSEN; SCHROCK, 2009).

Corroborando esse resultado, um empresário do ramo turístico de São Lourenço afirma:

A Estrada tem um grande mérito de conseguir passar a cultura de Minas, a cultura regional, através do contato do turista com suas atrações e com seu povo. Falta só melhorar a estrutura, a conservação dos marcos e conscientizar os municípios sobre a Estrada Real. Aí melhora de vez (ENTREVISTA, 2019r).

Por outro lado, a Tabela 35, com as características negativas do atrativo, se configurou da seguinte forma:

**Tabela 35 - Pontos negativos da Estrada Real**

<b>Pontos negativos</b>	<b>Citações</b>	<b>Percentual de citação</b>
Nenhum	36	31,9%
Turismo de passagem	31	27,4%
Falta de infraestrutura nas estradas	22	19,5%
Atrativo Estrada Real mal divulgado	22	19,5%
Falta de atenção governamental	19	16,8%
Falta de infraestrutura turística nas cidades	18	15,9%
Falta de informação sobre a Estrada Real	15	13,3%
Falta de apoio do Instituto Estrada Real	13	11,5%
Falta de coordenação entre os atores	12	10,6%
Manutenção das estradas	11	9,7%
Moradores não conhecem a Estrada Real	10	8,8%
Falta de treinamento aos moradores	9	8,0%
Falta de participação dos moradores na gestão	8	7,1%
Interesses imediatistas e falta de continuidade	8	7,1%
Turismo alternativo e pouco gasto	6	5,3%
Precisa explorar melhor as localidades	5	4,4%
Falta de investimento no projeto	5	4,4%
Falta de financiamento à empreendimentos	5	4,4%
Acúmulo de lixo nas estradas	4	3,5%
Conservação	4	3,5%
Turismo sazonal	4	3,5%
Degradação do meio ambiente	3	2,7%
Roteiro mal organizado	3	2,7%
Falta de interação com guias locais para explorar o roteiro	3	2,7%
Foco na mineração e não no turismo	3	2,7%
Choque cultural entre moradores e turistas	3	2,7%
Falta de tecnologia e interatividade com o turista	2	1,8%
Site do Instituto Estrada Real não atualizado com frequência	2	1,8%
Melhorar o foco na cultura e história	2	1,8%
Conluio entre operadores de turismo	2	1,8%
Pouca segurança nas estradas	2	1,8%
Preços altos	1	0,9%
Deveria ser liderado pela iniciativa privada	1	0,9%
Falta capacitar os produtores locais	1	0,9%
Acessibilidade	1	0,9%
Poucas cidades que tiram passaporte	1	0,9%
Maior ligação com a universidade	1	0,9%
Maior participação de RJ e SP	1	0,9%
Sinal de telefonia ruim	1	0,9%
Falta de circuitos culturais	1	0,9%
Custo alto de colocar a marca Estrada Real	1	0,9%

**Fonte:** elaborado pelo autor

O resultado de 31,9% dos entrevistados afirmando que a Estrada Real não possui nenhum ponto negativo corrobora para a análise dos pontos positivos, e faz crer que existem mais pontos positivos do que negativos para o projeto.

Se analisar os problemas enfrentados em Machu Picchu e Compostela, observados respectivamente por Pezúa e Valencia (2006) e Santos e Cabrera (2014) conclui-se que a Estrada Real não passa por problemas que essas localidades enfrentam, como por exemplo: sobrecarga de visitantes; deterioração do patrimônio; longas filas nos atrativos; e experiências ruins por parte do turista. A ausência de tais efeitos negativos pode ser temporária ou decorrente do fluxo proporcionalmente inferior de turistas que visitam a Estrada Real quando comparada aos outros dois atrativos mencionados, a recente implementação, ou ainda a diferença de visibilidade e promoção de tais locais como destinos turísticos.

Por outro lado, ao analisar as contribuições de Cuccia e Rizzo (2014), Cellini e Cuccia (2016), e Frey e Steiner (2010) para o caso geral em relação às consequências que um atrativo turístico pode gerar, pode-se observar algumas poucas similaridades ao caso da Estrada Real. Os autores apontam como externalidades negativas: decadência do patrimônio; problemas de congestionamento; necessidade de renovação de infraestrutura; aumento da criminalidade; lixo; degradação ambiental; e aumento de preços.

Nas entrevistas, o que chama atenção são os aspectos relacionados à infraestrutura, com 19,5 % para falta de infraestrutura nas estradas, 15,9% para falta de infraestrutura turística nas cidades, 9,7% para falta de manutenção nas estradas, 0,9% para sinal de telefonia ruim e 0,9% para falta de acessibilidade. Porém, essa falta de infraestrutura parece ser algo contínuo, não sendo o caso de renovação, mas sim da criação de algo que nunca existiu.

Em relação aos outros problemas apontados pelos pesquisadores, esses não parecem ser os mais relevantes para o atrativo turístico, pois tiveram baixas citações, são eles: preços altos 0,9%; acúmulo de lixo nas estradas 3,5%; degradação do meio ambiente 2,7%; pouca segurança nas estradas 1,8%; e congestionamento 0%.

Outra característica negativa que chama atenção é o turismo passageiro, com 27,4% dos apontamentos. Aliado aos resultados positivos, pode-se chegar à conclusão de que a Estrada Real aumenta o turismo nas localidades, mas esse turismo é passageiro. Esse fato pode ser consequência do mecanismo de roteirização adotado pelo Instituto Estrada Real e explicado na subseção *Estrada Real como roteiro*. Ao incentivar os visitantes a buscar carimbos nas cidades, ela estimula o turismo. Mas, como ele vai para a cidade somente para pegar o carimbo, esse turismo acaba sendo muito rápido, movimentando a economia local menos do que poderia. Tal fato aliado a falta de infraestrutura turística nas cidades, apontado por 15,9%

das entrevistas, e também a má divulgação do atrativo Estrada Real, apontado por 19,5% dos entrevistados, podem contribuir para esse diagnóstico.

Ainda em relação aos pontos negativos, a falta de coordenação entre os atores, com ênfase na falta de atenção governamental, com 10,6% e 16,8% respectivamente, aliado ao resultado da questão objetiva de que 57,5% acham que não há cooperação, ajudam a traçar um paralelo com os problemas de gestão enfrentados em Val di Noto (CUCCIA, 2012), Machu Picchu (PEZÚA; VALENCIA, 2006), Complexo de Shirakawa-go e Gokayama (JIMURA, 2011), Val d'Orcia e a Vila de Pienza (MORESCHINI, 2015) e FujianTulou (LI; WU, 2016).

Essa ineficiência na gestão do atrativo pode estar causando outros pontos negativos, como, por exemplo: atrativo Estrada Real mal divulgado 19,5%; falta de informação sobre a Estrada Real 13,3%; falta de apoio do Instituto Estrada Real 11,5%; moradores não conhecem a Estrada Real 8,8%; e falta de treinamento dos moradores 8,0%. Essa é a opinião de um empresário de São Lourenço:

A Estrada Real está minguando. A divulgação é boa, mas falta uma melhor articulação com os municípios para descobrir os pontos fortes de cada lugar e promover isso. Aqui na cidade, a igreja tem grande influência sobre a população e pode ajudar na melhoria da Estrada Real (ENTREVISTA, 2019s).

Em relação à manifestação espontânea de 19,5% das pessoas citando o atrativo Estrada Real como mal divulgado, Beringuier e Saadi (2010) em uma análise sobre a forma como as paisagens da Estrada Real são divulgadas, chegam a conclusões negativas:

o exame das imagens produzidas mostra que apenas alguns aspectos da paisagem (uma escolha que poderia ser explícita e argumentada) são destacados, principalmente, os mais históricos e patrimoniais. Podemos nos perguntar sobre uma certa capacidade de extrair informações de paisagens visíveis? Existe uma deficiência ou é uma escolha deliberada?

A rota turística da Estrada Real pode ser considerada como a primeira forma de turismo de paisagem, mas é apenas uma primeira formulação mais implícita do que explícita, mais espontânea do que construída, mais imposta do que intencional. O peso do fardo cultural das classes dominantes e os símbolos ligados podem ser lidos em particular pela recorrência de imagens dos tempos antigos (BERINGUIER; SAADI, 2010, p. 12, tradução nossa)<sup>55</sup>.

<sup>55</sup> Traduzido de: "L'examen de l'imagerie produite montre que ne sont mis en évidence que quelques aspects seulement des paysages dont le contenu et la valeur sont principalement d'ordre patrimonial, historique et écologique. On peut donc s'interroger sur une certaine capacité à extraire de l'information des paysages visibles. Existe-t-il une carence ou bien s'agit-il de choix délibérés? [...]"

L'itinéraire touristique Estrada Real peut être considéré comme une première forme de tourisme de paysage à grande échelle au Brésil, qui n'en est qu'à une formulation liminaire où l'esthétique des paysages naturels sert les exigences du marketing au détriment d'une profondeur sociale et géographique. Le poids de la charge culturelle des classes dominantes et des symboles associés peut se lire en particulier par la récurrence des images de temps anciens. Si les paysages sont constitutifs de cet itinéraire puisqu'ils en forment la trame géohistorique, ils restent cependant confinés dans une approche patrimonialisante, emprisonnés dans une focale spatiale obtuse, incompatible notamment avec la saisie des paysages agricoles sinon de manière très anecdotique".

Os autores prosseguem e criticam a forma como a imagem do atrativo é explorada, dando pouca ênfase e descontextualizando o que chamam de “produtos rotulados”:

não há ainda, de maneira firme, uma sensibilidade e uma disposição para associar um produto rotulado ou não a paisagens (queijo Serro, Cachaça, como exemplos reais) já que a ideia de *terroir* não é presente no Brasil ou então é muito marginal. Além disso, encontramos poucas ou nem encontramos, abordagens e construções de paisagens consideradas globalmente. Quando os produtos rotulados são representados, eles estão fora do quadro de produção e, portanto, descontextualizados, nem as paisagens nem o *terroir*, nem os locais de produção estão associados a eles <sup>56</sup> (BERINGUIER; SAADI, 2010, p. 13, tradução nossa).

O escritor Flávio Leão, em entrevista a essa pesquisa, autor de dois livros sobre a Estrada Real, acredita que deve haver uma conscientização do turista e uma mudança de foco na divulgação do atrativo:

Acredito que ainda é cedo para dizer se o objetivo inicial da Estrada Real foi alcançado. Acredito que a Estrada Real ainda vai atingir seu auge. Mas para que isso aconteça deve-se conscientizar os visitantes da simplicidade do turismo e do produto cultural que ela representa ao país. A divulgação precisa melhorar e explorar mais esses sentidos (LEÃO, 2019).

Os resultados obtidos nas entrevistas também podem ser avaliados através dos “princípios design”, propostos por Ostrom (1990) e debatidos no capítulo reservado à revisão de literatura. A intenção aqui é verificar a aderência desses princípios ao caso da Estrada Real e fazer inferências sobre possíveis melhorias para o atrativo.

Em relação ao primeiro princípio, “limites claramente definidos”, a relação dos indivíduos que possuem direitos de se apropriar de recursos que o atrativo pode oferecer, parece não ter limites bem definidos. Isso pode ser inferido analisando as citações dos pontos negativos nas perguntas abertas: moradores não conhecem a Estrada Real, 8,8%; falta de treinamento dos moradores, 8%; e falta capacitar os produtores locais com, 0,9%. Nesse caso, o fato de os moradores não conhecerem o atrativo levar a crer que eles não sabem sobre o direito de se apropriarem dos benefícios que o sítio pode trazer a eles. Ao mesmo tempo, a falta de treinamento dos moradores é um indício de que eles não são preparados para explorá-lo da forma adequada. O mesmo pode ser dito em relação à falta de capacitação do produtor local.

---

<sup>56</sup> Traduzido de: “Il n’existe pas encore, de manière affirmée, une sensibilité et une volonté d’associer un produit labellisé ou non à un ou à des paysages (fromage de Serro, cachaça comme exemples réels) puisque l’idée de *terroir* n’est pas présente au Brésil ou encore très marginale. Aussi, ne trouve-t-on pas d’approches ni de constructions de paysages envisagés globalement. Lorsque des produits sont représentés, ils sont mis hors du cadre de production, et donc décontextualisés, ni les paysages ni le *terroir* ni les lieux de production ne leur sont associés.

Ainda em relação aos “limites claramente definidos”, quando se fala sobre os limites da Estrada Real como atrativo, chega-se à conclusão de que ele pode não estar totalmente claro para os participantes. Ao analisar as citações do porquê ela poderia ser considerada um bem de todos, aparecem os seguintes resultados: pois abrange muitos lugares, 14%; é um bem cultural do país, 11%; é um patrimônio nacional, 6,0%; diz respeito a todos os cidadãos do país, 1%; pertence ao domínio popular, 1%; e é um bem do país, 1%. O fato do projeto ser classificado como um bem cultural do país afasta a possibilidade de uma delimitação precisa de sua influência. Ao mesmo tempo, a argumentação dele abranger muitos lugares passa uma ideia de que o atrativo possui fronteiras “a perder de vista”. Por outro lado, o fato de ser classificado como pertencente de todos os cidadãos, ao domínio popular, um patrimônio nacional e um bem do país, demonstra que seus limites podem ser difíceis de serem traçados para os entrevistados. Isso pode acontecer justamente pelo tamanho do atrativo, sendo abarcado por 3 estados e 177 municípios.

No que tange ao segundo princípio, “congruência entre as regras de apropriação e provisão e as condições locais”, conclui-se que não se aplica, uma vez que a exploração do atrativo se dá de forma imaterial através de sua história, cultura local, da paisagem cultural e da própria estrada. Há duas formas de concluir isso. A primeira é através da análise das externalidades que a exploração do atrativo gera e nenhuma delas está ligada à sua degradação. A outra forma de concluir isso é analisar as citações das entrevistas em relação à pergunta sobre a Estrada Real ser um bem de todos: faz parte da história do país, 36%; e é um bem cultural do país, 11%. Essas duas afirmações são os principais motivos de visitas e os principais fatores de divulgação do atrativo. Sendo assim, é muito difícil restringir ou condicionar a apropriação desses elementos, já que eles são imateriais.

O princípio “acordos de escolha coletiva” parece ser claramente violado. Tal afirmação pode ser inferida ao analisar a pergunta se “há cooperação entre os agentes para a melhoria da Estrada Real”. Nela, 57,5% dos entrevistados afirmam que não há, ao passo que 23% declaram que há “mais ou menos” cooperação. Ou seja, de acordo com 80,5% das entrevistas, a cooperação não ocorre de forma completa. Isso leva a crer que não são todos os agentes interessados que podem participar de modificações de regras.

O quarto princípio, “monitoramento”, também parece ser violado uma vez que diversos indicadores, nas perguntas abertas, citam a falta de participação, conhecimento e treinamento dos moradores e produtores locais. Ou seja, a falta de participação desses apropriadores e até mesmo de coordenação para inseri-los no cotidiano do atrativo impede que eles sejam monitoradores ou responsáveis por eles.

O princípio “sanções graduais” parece seguir o mesmo caminho do último. Analisando o resultado da falta de cooperação e da falta de participação, treinamento e conhecimento dos moradores, o atrativo Estrada Real parece não ter chegado a esse estágio. Além desses fatores, a não delimitação clara do atrativo (princípio 1) e a falta de congruência das regras (princípio 2), por conta da imaterialidade do sítio contribuem para a dificuldade de impor sanções.

O sexto princípio, “mecanismos de resolução de conflitos”, segue a mesma diretriz dos últimos analisados. A falta de regras bem definidas (princípio 2), aliada à análise das perguntas, que chega a conclusão de que 80,5% das entrevistas acredita não haver cooperação total. Ou seja, os agentes não sabem que quebraram uma regra, justamente por não haver a definição dela e, mesmo se houvessem regras bem definidas, os apropriadores encontrariam dificuldade em resolver conflitos, uma vez que há um bloqueio de cooperação entre eles.

O princípio “reconhecimento mínimo dos direitos de organização” parece ser um princípio respeitado, uma vez que a dificuldade de estabelecer limites claros à Estrada Real (princípio 1) impede entidades governamentais externas de cercear os apropriadores e seu direito de criar suas próprias instituições.

O oitavo e último princípio, “empresas ordenadas”, parece não ser respeitado. Tal conclusão pode ser feita após as análises as citações espontâneas nas perguntas abertas sobre os pontos positivos e negativos da Estrada Real. Como ponto negativo, 11,5% dos entrevistados apontam o Instituto Estrada Real, ao passo que 4,4% o citam como ponto positivo do roteiro. Aliado a essa diferença de percepção, pode-se inferir que não há não mecanismo de resolução de conflitos, monitoramento e fiscalização por intermédio da ONG.

A Tabela 36 resume a análise dos princípios design aplicados ao caso da Estrada Real:

**Tabela 36 - Princípios design aplicados à Estrada Real - Resumo**

<b>Princípio</b>	<b>ER cumpre?</b>	<b>Por quê?</b>
1) Limites claramente definidos: Estrada Real	Não	Tamanho do atrativo, falta de delimitação e imaterialidade do bem
2) Limites claramente definidos: Apropriadores	Não	Falta de informação, conhecimento e capacitação dos moradores e produtores locais
3) Congruência de regras	Não se aplica	Imaterialidade do atrativo e falta de degradação do atrativo
4) Acordos de escolha coletiva	Não	Falta de coordenação dos agentes
5) Monitoramento	Não	Falta de informação, conhecimento e capacitação dos moradores e produtores locais

**Fonte:** elaborado pelo autor

**Tabela 36** - Princípios design aplicados à Estrada Real – Resumo (continuação)

Princípio	ER cumpre?	Por quê?
6) Sanções graduais	Não	Falta de congruência de regras (princípio 2) e Falta de delimitação clara do atrativo (princípio 1)
7) Mecanismos de resolução de conflitos	Não	Falta de coordenação dos agentes e falta de congruência de regras
8) Reconhecimento mínimo dos direitos de organização	Sim	Nenhuma citação em contrário e a falta de limites bem definidos do atrativo (princípio 1)
9) Empresas ordenadas	Não	Falta de mecanismos de resolução de conflitos, monitoramento e fiscalização e IER mal avaliado

**Fonte:** elaborado pelo autor

Outra forma de analisar os resultados obtidos na descrição das características da Estrada Real é através da matriz Strength, Weakness, opportunity e threats (SWOT)<sup>57</sup>. Essa técnica foi elaborada por Albert Humphrey na Universidade de Stanford ao longo da década de 1960, e serve para a análise de uma corporação ou situação. Segundo Hofrichter (2017), a SWOT contribui para que se entenda uma empresa, entidade ou situação de todos os tipos de negócio, em nível empresarial ou pessoal. Azevedo e Costa (2001) explicam o objetivo da SWOT:

O objetivo da SWOT é definir estratégias para manter pontos fortes, reduzir a intensidade de pontos fracos, aproveitando oportunidades e protegendo-se de ameaças. Diante de predominância de pontos fortes ou fracos e de oportunidades e ameaças, pode-se adotar estratégias que busquem a sobrevivência, manutenção, crescimento ou desenvolvimento da organização (AZEVEDO; COSTA, 2001, p. 2)

A análise começa através da elaboração de uma tabela elencando os pontos fortes internos, os pontos fracos internos, os pontos fortes externos e os pontos fracos externos à empresa. Segundo Chiavenato (2004) o mapeamento ambiental e a análise interna proporcionam os meios para criação da tabela SWOT.

Para a análise da Estrada Real serão usados os pontos negativos e positivos elencados pelos entrevistados, subdividindo-os em categorias externa e interna. Por ser muito diferente de uma empresa e se tratar de um atrativo turístico peculiar, que funciona como um guarda-chuva de produtos, atravessa 3 estados, mais de 177 municípios e utiliza-se da história e da cultura local para fomentar o turismo, algumas adaptações foram feitas. A Tabela 37 exhibe a matriz SWOT da Estrada Real, levando em consideração a contribuição dos entrevistados, e fazendo um corte para considerar somente as características que tiveram, no mínimo, 7 citações (6,2%).

<sup>57</sup>Em português: Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

**Tabela 37 – Matriz SWOT Estrada Real**

BOM				RUIM		
Interno	História	30	26,5%	Nenhum	36	31,9%
	Cultura	27	23,9%	Turismo de passagem	31	27,4%
	Divulgação do atrativo	13	11,5%	Atrativo Estrada Real mal divulgado	22	19,5%
	Natureza e belezas naturais	7	6,2%	Falta de informação sobre a Estrada Real	15	13,3%
				Falta de apoio do Instituto Estrada Real	13	11,5%
				Falta de treinamento aos moradores	9	8,0%
				Participação dos moradores na gestão	8	7,1%
BOM				RUIM		
Externo	Aumento do turismo nas localidades	54	47,8%	Falta de infraestrutura nas estradas	22	19,5%
	Melhoria da economia local	25	22,1%	Falta de atenção governamental	19	16,8%
	Visibilidade das localidades	19	16,8%	Infraestrutura turística nas cidades	18	15,9%
	Conhecimento das localidades	11	9,7%	Falta de coordenação entre os atores	12	10,6%
	Experiência que os turistas têm	7	6,2%	Manutenção das estradas	11	9,7%
	Troca cultural entre locais e turistas	7	6,2%	Moradores não conhecem a Estrada Real	10	8,8%
	O turista que vai a Estrada Real	7	6,2%	falta de continuidade	8	7,1%

**Fonte:** elaborado pelo autor

O primeiro quadrante dessa matriz é a força da Estrada Real. São características boas e internas a ela. Os aspectos internos e negativos são as fraquezas da Estrada Real. Com relação aos aspectos externos e bons, esses são as oportunidades que a Estrada Real possui. O último quadrante trata das ameaças externas do atrativo.

O próximo passo da análise é fazer uma segunda matriz confrontando essas características para formular estratégias que potencializem suas qualidades ou minimizem seus defeitos (PONTES; OLIVEIRA; ALANA; RAFAEL, 2009). A matriz proposta pelos autores está representada na Tabela 38.

**Tabela 38 – Análise matriz SWOT**

Interno\externo	Oportunidades	Ameaças
Força	Estratégias que usem as forças para maximizar as oportunidades	Estratégias que usem as forças para neutralizar as ameaças
Fraquezas	Estratégias se aproveitem das oportunidades para minimizar as fraquezas	Estratégias para evitar que fraquezas e ameaças se encontrem

**Fonte:** elaborado pelo autor

Para o caso da Estrada Real a matriz pode ser adaptada conforme Tabela 39.

**Tabela 39 – Análise matriz SWOT para Estrada Real**

Interno Externo	Oportunidades	Ameaças
<b>FORÇA</b>	<p>Trabalhar mais a história e a cultura das localidades para aumentar o turismo e melhorar a economia local: Criação de eventos típicos, construção de museus, concursos gastronômicos locais.</p> <p>Usar a divulgação do atrativo para dar visibilidade e fazer com que as pessoas conheçam as localidades: Incentivar visitas aos locais e não somente à estrada, listar os atrativos, estabelecimento e culinária locais.</p> <p>Fomentar a cultural local, através de eventos típicos nas cidades, visando estimular a troca cultural entre moradores e viajantes.</p> <p>Criação e divulgação de roteiros culturais e gastronômicos pelas localidades.</p> <p>Aproveitar que o turista da Estrada Real é consciente e divulgar as localidades, contar suas histórias e mostrar suas culturas, fazendo dele um propagador.</p> <p>Trabalhar mais a natureza e as belezas naturais para aumentar o turismo e melhorar a economia local: Criação de roteiros que estimulem visitas aos locais de natureza e trilhas; divulgar os atrativos naturais e suas espécies de animais.</p>	<p>Utilizar o fomento à preservação da cultura e à história como forma de convencer os governos a serem mais ativos na Estrada Real.</p> <p>Fomentar a história e a cultura local visando dar sentimento de pertencimento à população, trazendo-a para junto da gestão da Estrada Real através do conhecimento e de sua participação.</p> <p>Usar os atrativos naturais, culturais e históricos como uma forma de rentabilizar dinheiro para investir em infraestrutura nas estradas e nas cidades.</p> <p>Utilizar a divulgação do atrativo como uma forma de convencer os governos locais a serem mais participantes: Mais turistas significa mais impostos e mais receitas para os governos.</p>
<b>FRAQUEZAS</b>	<p>Usar a troca cultural entre os moradores e turistas para impedir que o turismo seja passageiro: Incentivo às feiras, eventos, concursos e festas locais para fazer o turista ficar mais tempo.</p> <p>Usar o aumento de turistas e a melhoria da economia local como barganha para pleitear mais apoio e atenção do Instituto Estrada Real.</p> <p>Usar o aumento da visibilidade para proporcionar mais informações sobre a Estrada Real. Como uma espécie de troca benéfica para a localidade e para a Estrada Real: Um divulga o outro.</p> <p>Usar o aumento do turismo e a troca cultural para atrair e dar mais espaço aos moradores na gestão da Estrada Real: O turista da Estrada Real pode ser um agente que introduz os moradores ao atrativo, através desse contato.</p> <p>Usar o aumento do número de turistas para convencer os municípios a propiciarem atrativos turísticos para os visitantes nas cidades, fazendo com que eles fiquem mais tempo.</p>	<p>Costurar acordos com o governo para que haja melhoria das estradas e melhoria de sua infraestrutura, visando evitar que os turistas, até então passageiros, deixem de passar pelo local.</p> <p>Melhoria dos atrativos turísticos e das infraestruturas das cidades para fazer com que o turista deixe de ser passageiro.</p> <p>Fazer reuniões periódicas com os governantes a fim de criar um senso de gestão partilhada e difundir informações sobre o atrativo para os moradores locais.</p> <p>Incentivar a gestão partilhada, trazendo os moradores para dentro do Instituto, através da criação de comitês e conselhos consultivos nas localidades.</p> <p>Melhorar a divulgação do atrativo ao longo da rota, explicando sobre seus efeitos nas comunidades, incentivando a participação dos moradores e dando senso de que esse é um trabalho de longo prazo. Projeto de estado e não de governo.</p>

**Fonte:** elaborado pelo autor

Apesar da complexidade do atrativo, as conclusões que podem ser tiradas das entrevistas são muito claras e servem como base para a formulação de estratégias e planejamentos que possam incrementar os efeitos positivos e minimizar os negativos. A matriz SWOT da Estrada Real proposta e a sua análise posterior deixam claros os pontos que precisam ser enfrentados ou melhorados e os itens que podem ser enfatizados pelos agentes interessados em sua melhoria. Em sua grande maioria, as ações necessárias para a melhoria do atrativo são questões de gestão e maior participação dos agentes, reformulação e incremento de sua roteirização e criação, reestruturação e divulgação dos atrativos locais. Essas ações podem ser alcançadas através de simples mudança de planejamento e vontade política dos entes.

Por outro lado, as questões mais complexas estão ligadas às infraestruturas das estradas e das cidades. Nesse caso, é preciso um projeto urbanístico, com necessidade de financiamento aos empreendedores e aos próprios municípios. Além do fomento ao turismo, essa melhoria de infraestrutura proporcionaria uma melhor qualidade de vida à população local.

## 5 CONCLUSÃO

O valor histórico e cultural das estradas reais para o país é evidente. Ao analisar sua história percebe-se que, através delas, o Brasil foi construído e moldado. Diversos eventos e pessoas, em diferentes épocas, utilizaram dessas estradas para disseminar seu conteúdo, mercadorias ou até mesmo se locomover. Nesse sentido, a Inconfidência Mineira, o transporte de escravos, e o transporte de ouro e metais preciosos tornaram-se fatos significativos para a formação do país. Ao mesmo tempo, essas rotas foram fundamentais para a povoação do país, uma vez que eram o principal meio de acesso até o interior. Ou seja, ao longo de séculos, diversos acontecimentos ajudaram a criar muitas culturas e uma história comum a todo o Brasil.

Com o intuito de se beneficiar desse aspecto histórico e cultural, o governo estadual de Minas Gerais criou, em 2003 e com a ajuda de entidades privadas, o atrativo turístico chamado Estrada Real. Após sua criação, sua gestão ficou sendo de responsabilidade do Instituto Estrada Real (IER), uma organização não governamental atrelada à Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG).

Baseado nisso, a pesquisa se propõe a analisar sobre os efeitos da criação desse atrativo na comunidade. Para tanto, foi dada ênfase em dois aspectos: a forma como o atrativo é gerido; e se a existência do atrativo contribui para a economia das regiões por ele abarcadas. Sendo assim, optou-se por dois tipos de análise: econométrica e pesquisa de campo.

Porém, em relação à análise dos questionários obtidos durante a pesquisa de campo, cabe destacar que eles podem ter algum nível de viés, uma vez que metade dos estabelecimentos e pessoas entrevistadas possui convênio com o Instituto Estrada Real e, de certa forma, acaba sendo parceiro na exploração desse atrativo. Ou seja, o viés seria um efeito positivo na avaliação da gestão do atrativo e/ou no efeito dele na geração de estímulo à atividade econômica da localidade e de seus estabelecimentos.

Munidos dos resultados econométricos aos quais sinalizam que o projeto turístico Estrada Real não contribuiu para o aumento do emprego e do salário nos setores turísticos e hoteleiros, analisando-os em conjunto com a maior citação dos pontos negativos nas entrevistas, o “turismo de passagem” (27,4%) e com a maior citação dos pontos positivos “aumento do turismo nas localidades” (47,8%), pode-se tirar conclusões relevantes. Esses resultados conjugados levam a crer que a Estrada Real atrai o turista, mas em razão da visita ser passageira, o visitante não consome o suficiente para movimentar a economia das cidades, de forma a gerar emprego e/ou aumento de remuneração no setor turístico e hoteleiro.

Ainda em relação aos resultados econômicos, chama a atenção o fato de que as cidades que possuem o mecanismo de roteirização do passaporte da ER, não apresentam aumento de emprego ou de remuneração nos setores turístico e hoteleiro. Isso pode ocorrer devido à existência de somente três estabelecimentos para carimbar o passaporte do turista em cada cidade. O resultado financeiro desse pequeno grupo de estabelecimentos acaba não afetando a economia de toda a cidade, e não impactando nos empregos ou salários dos setores. Aliado a esse fato, a citação negativa “atrativo mal divulgado”, com 19,5% das menções nas entrevistas, também pode contribuir para esse resultado. Isso porque, apesar do turista estar na cidade para carimbar seu passaporte, os atrativos das localidades são mal divulgados, fazendo com que o visitante não saiba quais suas opções de entretenimento e acabe indo embora em pouco tempo.

Analisando a parte objetiva das entrevistas, os principais resultados encontrados foram: 1) a falta de coordenação e cooperação entre os agentes que são influenciados pelo projeto; 2) a Estrada Real estimula o turismo na região; 3) a Estrada Real estimula a venda no estabelecimento; e 4) o turismo é o maior beneficiado com a Estrada Real. Porém, esses resultados não podem ser analisados de forma isolada. Quando são examinados em conjunto com as respostas encontradas da parte aberta do questionário, conclui-se que o aspecto de gestão e cooperação entre os agentes é frágil e deficiente. As citações “falta de atenção governamental” (16,8%), “falta de informação sobre a Estrada Real” (13,3%), “falta de apoio do Instituto Estrada Real” (11,5%), “falta de coordenação dos atores” (10,6%), levam a crer que há deficiência nesse quesito. Essa afirmação ainda pode ser corroborada se considerados os “princípios design” da Estrada Real. Isso porque ela só cumpre 1 dos 8 itens de governança estabelecidos por Ostrom (1990) para constituir uma boa gestão na localidade.

Com relação à afirmação de que a Estrada Real estimula o turismo na região, encontrada como resultado nas perguntas fechadas, pode-se fazer inferência se forem aliadas às citações de que a Estrada Real possui um “turismo de passagem” (31,9%), “turismo alternativo e pouco gasto” (5,3%) e com a citação positiva “aumenta o turismo nas localidades” (47,8%). Nesse caso, é possível deduzir que a Estrada Real contribui com o aumento de visitantes nas localidades, porém eles não ficam o tempo suficiente para conhecer e explorar todas as atrações que a região possui.

Por outro lado, quando se fala sobre o estímulo à economia local que a Estrada Real possui, são feitas citações positivas durante as perguntas fechadas e abertas sobre a “melhoria da economia local” (22,1%) e a “venda de produtos locais” (3,5%). Ao passo que a análise

econométrica aponta para a inexistência de resultado econômico para emprego e salário no setor turístico e hoteleiro vinculados às localidades abarcadas pela Estrada Real.

A divergência entre o resultado obtido por meio das entrevistas e o resultado obtido na análise econométrica pode residir no fato de mais de 50% dos estabelecimentos entrevistados possuir parceria com o Instituto Estrada Real e, conseqüentemente, atrair significativo fluxo de turistas em busca do carimbo do passaporte da Estrada Real. Sendo assim, é preciso ter cautela ao interpretar tal resultado, tendo em vista o possível viés que a entrevista pode ter em razão da ligação e participação direta dos entrevistados no atrativo. Conclui-se, então, que a Estrada Real estimula a venda dos estabelecimentos conveniados, mas não é capaz de estimular o setor turístico regional como um todo.

Em relação ao resultado de que o turismo é o setor mais beneficiado com a existência da Estrada Real, pode-se corroborar tal afirmação, uma vez que a principal citação positiva é “aumento de turismo nas localidades” (47,8%). Mas isso não quer dizer que esse benefício seja suficiente para aquecer a economia do setor, conforme se observa nos resultados econométricos. Entretanto, a constatação de que o principal fator de atração de visitantes para o atrativo é sua história e cultura, pode contribuir para mudar esse cenário.

Com 26,5% e 23,9% das citações dos pontos positivos da Estrada Real, e 36,0% e 11,0% de afirmações sobre o porquê a Estrada Real deve ser considerada um bem de todos, “história” e “cultura local”, respectivamente, são relevantes para o sucesso do atrativo. Esse é um resultado expressivo, pois evidencia os pontos fortes do atrativo que podem ser melhor explorados com o intuito de atrair mais visitantes e gerar estímulo à economia local.

Pode-se citar também, como conclusão relevante, o fenômeno que vem surgindo nos arredores das estradas reais e que são chamados aqui de sub-roteirização da Estrada Real. Ao longo das entrevistas foram feitas muitas citações a respeito de caminhos alternativos com menores distâncias e que se aproveitam da estrutura física e do marketing que a Estrada Real traz para criar um novo roteiro. Esse fenômeno pode ser observado analisando o número de pessoas que disseram ter feito algum tipo de investimento na Estrada Real. Dos 40 entrevistados que afirmam ter feito investimento, 5 pessoas (12,5%) informaram que investiram ou estão investindo em um sub-roteiro utilizando o atrativo como base para atrair visitantes. Esses agentes acreditam, segundo análise do questionário, que a Estrada Real fomenta o turismo e traz visibilidade para a região. Ao mesmo tempo, possuem um perfil de não visarem o lucro de forma direta. Por conta disso, esse fato pode ser analisado juntamente com a conclusão de que o atrativo Estrada Real possui uma forma de gestão ineficiente. Nesse caso, os apropriadores, apesar de concordarem que a Estrada Real é capaz de atrair visitantes

e dar visibilidade, acreditam que a gestão do atrativo é precária a ponto de julgarem que eles podem fazer melhor.

Outra forma de processar os resultados das entrevistas, a análise da matriz SWOT para o atrativo Estrada Real, trouxe importantes conclusões a respeito de melhorias que podem ser feitas para solucionar os principais problemas enfrentados. Um dos progressos que precisam ser feitos é a maior inclusão dos diversos apropriadores na gestão do atrativo. Esse problema deve ser enfrentado através da criação de conselhos locais em que representantes dos moradores, comerciantes, produtores locais e governos locais, tenham voz para propor melhorias, para influenciar decisões de investimento e nas definições de estratégias que são tomadas pelo Instituto Estrada Real. Outra forma de atenuar o problema de participação na gestão é oferecer treinamento aos moradores e produtores locais, fazendo com que eles se sintam parte do projeto e, ao mesmo tempo, sejam disseminadores de sua história e cultura.

A necessidade de reformulação e melhoria da roteirização proposta pelo Instituto Estrada Real, foi mais um problema diagnosticado na matriz SWOT. Ela pode ser alcançada através do uso de aplicativos de celular e tecnologias de realidade aumentada, melhoria das recompensas propostas, criações de sub-roteirizações ligadas à cultura e gastronomia regional, aumento dos estabelecimentos parceiros aptos a carimbar os passaportes dos visitantes, e maior divulgação dos atrativos das comunidades. Os atrativos das comunidades, inclusive, foram diagnosticados como um dos fatores que podem fazer com que os visitantes fiquem mais tempo na região. O Instituto Estrada Real pode fazer parcerias e fomentar os eventos típicos, como festivais e tradições culturais de cada localidade presente no trajeto.

Por outro lado, alguns problemas mapeados requererem um grande esforço e sinergia para serem contornados. A melhoria da infraestrutura local, por exemplo, além de estar atrelada a um alto investimento, necessita da coordenação entre diversos agentes, como o Instituto Estrada Real, governos locais, governo federal e agentes privados. Esse parece ser o mesmo caso da manutenção das estradas do percurso que se encontram em um estado precário, que pode estar limitando o tipo de visitante. Essa precariedade das estradas parece estar colocando o atrativo em uma categoria de “turismo de aventura” e afastando outros tipos de turistas que estariam dispostos a conhecê-la.

De forma resumida, o que se conclui na pesquisa é que a Estrada Real atrai visitantes para as regiões, porém essa visita não é suficiente para alavancar a economia – medidas em empregos e nível salarial - do setor turístico e hoteleiro, pois acaba sendo passageira. Ao mesmo tempo, os estabelecimentos conveniados ao Instituto Estrada Real são beneficiados através de aumento de vendas, fruto da roteirização proposta e pela sua consequente atração

de visitantes. Por outro lado, o setor turístico é o mais beneficiado com a existência da Estrada Real e se favorece da atração de visitantes pela história e pela cultura que o atrativo proporciona.

Conclui-se que a Estrada Real é considerada um bem de todos e possui uma gestão frágil, onde a população e os produtores locais não têm a possibilidade de participar e de propor melhorias. Por conta dessa gestão deficiente, instituições diversas optam por criar sub-roteiros ao longo das estradas, se aproveitando dos benefícios gerados e não apropriados. Por fim, os principais problemas que precisam ser enfrentados são a gestão, a infraestrutura, a expansão da roteirização, a divulgação, o fomento aos atrativos locais e a manutenção das estradas.

Como forma de aprofundar o estudo dos efeitos da Estrada Real, propõe-se que sejam explorados outros métodos de análise, como por exemplo, a elaboração de um questionário voltado aos turistas, identificando suas preferências, seus gastos e quais os pontos positivos e negativos do atrativo. De forma análoga, pode-se elaborar um questionário voltado especificamente para agentes públicos local. Outra forma de aprofundar a pesquisa é através do contato com moradores, com vistas a capturar suas impressões sobre o projeto e sobre seus benefícios.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras**. 2006. Tese (Doutorado em Turismo e Lazer)– Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-04082009-223555/pt-br.php>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- ANGRIST, Johua David.; PISCHKE, Jörn-Steffen. **Mostly Harmless Econometrics: na empiricists companion**. New Jersey: Princeton University Press, 2008.
- ANTUNES, Américo; UMBELINO, Glauco; CARVALHO, Rodrigo. Itinerário cultural da Estrada Real. In: Colóquio Ibero-Americano Paisagem Cultural, Patrimônio e Projeto, 1, 2010, Belo Horizonte. Anais [...]. Belo Horizonte: IEDS; Brasília, DF: IPHAN, 2017. Disponível em: [http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/anaispaisagemculturalweb\\_2.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/anaispaisagemculturalweb_2.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.
- ARAÚJO, Luiz Antônio da Silva. **Contratos e tributos nas Minas Setecentistas: o estudo de um caso – João de Souza Lisboa (1745-1765)**. Niterói: UFF/ICHF, 2002. [Tese de Doutorado].
- AREZKI, Rabah; CHERIF. Reda; PIOTROWSKI, John. Tourism Specialization and Economic Development: Evidence from the UNESCO World Heritage List. **MPRA**, v. 17132, n. 6. set. 2009. Disponível em: [https://mpra.ub.unimuenchen.de/17132/1/MPRA\\_paper\\_17132.pdf](https://mpra.ub.unimuenchen.de/17132/1/MPRA_paper_17132.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.
- AZEVEDO, Marilena Coelho de; COSTA, Helder Gomes. Métodos para avaliação de postura estratégica. **Caderno de Pesquisa em Administração**, v. 8, n. 2, , p. 1 -18, abr./jun. 2001. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/215622073\\_Metodos\\_para\\_avaliacao\\_da\\_postura\\_estrategica](https://www.researchgate.net/publication/215622073_Metodos_para_avaliacao_da_postura_estrategica). Acesso em: 10 jan. 2019.
- BALAGUER, Jacint. CANTAVELLA-JORDÁ, Manuel. **Tourism as a long-run economic growth factor: the spanish case**. Espanha: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, jun. 2000. Disponível em: <https://web2011.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2000-10.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- BERINGUIER, Philippe; SAADI, Allaoua. Quels paysages dans les images produites autour de l’itinéraire touristique Estrada Real (Minas Gerais, Brésil)? **Revista Confins**, v. 9, 2010. Disponível em: <https://journals.openedition.org/confins/6428>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- BERTACCHINI, Enrico; SACCONI, Donatella. Toward a political economy of World Heritage. **Journal of Cultural Economics**, v. 36, n. 4, p. 327-352, 2012. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1757864](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1757864). Acesso em: 10 fev. 2019.
- BOLÃO, César. Da derivação à regulação: para uma abordagem da Indústria Cultural. **Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**, v. 5, n. 3, set.-dez. 2003. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/405/536>. Acesso em: 10 jan. 2019.

BRAMBATTI, Luiz Ernesto. **Roteiros de turismo e patrimônio histórico**. Porto Alegre: EST Edições, 2002.

BRASIL. **Lei nº 13.173**, de 21 de outubro de 2015. Dispõe sobre autorização para a realização de obras e serviços necessários ao fornecimento de energia elétrica temporária para os Jogos Rio 2016. Brasília, 2015. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13173.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13173.htm). Acesso em: 22 mai. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Vivências Brasil: aprendendo com o turismo Nacional**. Turismo Cultural na Estrada Real. Brasília: IMB, 2006. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas\\_acoes/regionalizacao\\_turismo/downloads\\_regionalizacao/cadsubsidiarios ESTRADA\\_REAL.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/downloads_regionalizacao/cadsubsidiarios ESTRADA_REAL.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7**. Roteirização Turística/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Brasília: Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007. Disponível em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros\\_brasil/roteirizacao\\_turistica.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

BRIDA, Juan Gabriel; PULINA, Manuela. **A literature review on the tourism-led-growth hypothesis**. Itália: CRENO, 2010. ISBN: 978 88 84 67 609 2 Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/254399592\\_A\\_literature\\_review\\_on\\_the\\_tourism-led-growth\\_hypothesis](https://www.researchgate.net/publication/254399592_A_literature_review_on_the_tourism-led-growth_hypothesis). Acesso em: 10 jan. 2019.

BUARQUE, Sérgio José Cavalcanti. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

BUZIO, Aldo; RE, Alessio. Impatti del marchio UNESCO sui siti italiani: il caso dei paesaggi vitivinicoli del Piemonte. In: MORESCHINI, Luca; RAMELLO, Giovanni B.; SANTAGATA, Walter. (Eds.). **Um marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza**. Roma, Itália: Rubbettino, 2015. Disponível em: <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/01/Un-marchio-per-la-valorizzazione-dei-territori-di-eccellenza.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-3.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

CAFISO, Gianluca; CELLINI, Roberto; CUCCIA, Tiziana. **Do economic crises lead tourists to closer destinations?** An analysis on Italian regional data. Itália: Universidade de Catania, 2015. Disponível em: [http://campus.unibo.it/197320/1/A2 %20-%20Cellini.pdf](http://campus.unibo.it/197320/1/A2%20-%20Cellini.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

CALAES, Gilberto Dias; FERREIRA, Gilson Ezequiel. **A Estrada Real e a transferência da corte portuguesa**. Rio de Janeiro: CETEM/MCT/CNPQ/CYTED, 2009. Disponível em: [www.cetem.gov.br/livros/item/download/96\\_c76acb67f1fd3a0d826bbe9c15bb402c](http://www.cetem.gov.br/livros/item/download/96_c76acb67f1fd3a0d826bbe9c15bb402c). Acesso em: 10 jan. 2019.

CALDEIRA, Altino Barbosa. A paisagem cultural da Estrada Real. 2015. Seminário Ibero-Americano Arquitetura e Documentação, 4, 2015, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Departamento de Geografia,

2015. Disponível em: <http://www.forumpatrimonio.com.br/arqdoc2015/artigos/pdf/104.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

CAMPOS, Adalgisa Arantes. **Cultura Barroca e manifestações do Rococó nas Gerais**. Ouro Preto: FAOP/BID, 1998.

CAMPOS, Adalgisa Arantes. Execuções na Colônia: a morte de Tiradentes e a cultura barroca. In: América: consonâncias e dissonância. **Revista Tempo Brasileiro**, Rio de Janeiro, v. 110, p. 141-167, 1992.

CARDOSO, Flávia Mosqueira Possato; CASTRIOTA, Leonardo Barci. O itinerário enquanto instrumento de preservação do patrimônio cultural: o caso da Estrada Real. **Revista Forum Patrimônio**, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, jul.-dez. 2012. Disponível em: [http://www.forumpatrimonio.com.br/seer/index.php/forum\\_patrimonio/article/view/114](http://www.forumpatrimonio.com.br/seer/index.php/forum_patrimonio/article/view/114). Acesso em: 10 jan. 2019.

CASELLAS, Maria Dollors Vidal; COSTA, Neus Crous; SERRALLONGA, Sílvia Aulet; CRAVIDÃO, Fernanda; NOSSA, Paulo; SANTOS, Norberto. Chapter: Site Conservation/Enhancement and Tourist Management. Site Conservation and Tourist Enhancement. In: **Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites**. Lugano: Universidade da Suíça Italiana, 2018. Disponível em: [https://www.fun-mooc.fr/asset-v1:Paris1+16008+session01+type@asset+block@MOOC\\_TMatUWHS\\_manual.pdf](https://www.fun-mooc.fr/asset-v1:Paris1+16008+session01+type@asset+block@MOOC_TMatUWHS_manual.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

CELLINI, Roberto; CUCCIA, Tiziana. UNESCO sites as a public goods: comparative experiences in Italy. **Rev. Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, set.-dez. 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-98482016000700553](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-98482016000700553). Acesso em: 26 jan. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. São Paulo: Campus, 2004.

COUNCIL OF EUROPE. Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society. **Council of Europe Treaty Series**, Faro, n. 199, 2005. Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680083746>. Acesso em: 10 ago. 2019.

COSTA, Antônio Gilberto. **As Estradas Reais para as minas na cartografia histórica do Brasil**. Rio de Janeiro: CETEM/MCT/CNPq/CYTED, 2010. Disponível em: <http://mineralis.cetem.gov.br/handle/cetem/1122>. Acesso em: 10 jan. 2019.

COSTA, Antônio Gilberto. Os Caminhos do Ouro e a Estrada Real para as Minas. In: COSTA, Antônio Gilberto (Org.). **Os Caminhos do Ouro e a Estrada Real**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Lisboa, Kapa Editorial, 2005. p. 28-151.

CUCCIA, Tiziana; GUCCIO, Calogero; RIZZO, Iide. **Does UNESCO inscription play a significant role in tourism destinations performance?** Evidence from the Italian regions. Universidade de Catania, Italia, set. 2014. Disponível em:

[http://www.ub.edu/aqr/anterior/workshop2014/?download=9.cuccia\\_guccio\\_rizzo\\_workshop%20AQR-IREA.pdf](http://www.ub.edu/aqr/anterior/workshop2014/?download=9.cuccia_guccio_rizzo_workshop%20AQR-IREA.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

CUCCIA, Tiziana. Is it worth being inscribed in the world heritage list? A case study of “The baroque cities in Val di Noto” (Sicily). **Department of Economics and Business**, University of Catania, 2012. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2027892](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2027892). Acesso em: 10 jan. 2019.

CULTURA. In: **MERRIAM-WEBSTER Dictionary**. Springfield, EUA: Merriam-Webster, 2002.

CUNHA, Alexandre Mendes; GODOY, Marcelo Magalhães. O espaço das Minas Gerais: Processos de diferenciação econômico-espacial e regionalização nos séculos XVIII e XIX. In: Congresso Brasileiro de História Econômica, 5, 2003. Caxambu. **Anais [...]**. Caxambu: ABPHE, 2003. Disponível em: [http://www.abphe.org.br/arquivos/2003\\_alexandre\\_mendes\\_cunha\\_marcelo\\_magalhaes\\_godoy\\_-o-espaco-das-minas-gerais-processos-de-diferenciacao-economico-espacial-e-regionalizacao-nos-seculos-xviii-e-xix.pdf](http://www.abphe.org.br/arquivos/2003_alexandre_mendes_cunha_marcelo_magalhaes_godoy_-o-espaco-das-minas-gerais-processos-de-diferenciacao-economico-espacial-e-regionalizacao-nos-seculos-xviii-e-xix.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

DANIELS, Brigham. Breaking Commons Cartels. Biennial Conference International Association for the Study of Commons, 12., 2008, Inglaterra. **Anais [...]**. Inglaterra, Cheltenham, 2008. Disponível em: <http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/handle/10535/180>. Acesso em: 10 jan. 2019.

DWYER, Larry; FORSYTH, Peter; SPURR, Ray. Evaluating tourism’s economic effects: New and old approaches. **Annals of Tourism Research**, v. 25, p. 307-317, 2004.

FEHR, Ernst; LEIBBRANDT, Andreas. Cooperativeness and Impatience in the Tragedy of the Commons. **IZA Discussion Paper**, v. 325, ago. 2008. Disponível em: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/34975/1/576953334.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

FLORIDA, Richard. Bohemia and economic geography. **Journal of Economic Geography**, v. 2, p. 55–71, 2002. Disponível em: [http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/6%20Bohemia\\_and\\_Economic\\_Geography.pdf](http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/6%20Bohemia_and_Economic_Geography.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

FREY, Bruno S; STEINER, Lasse. World Heritage List: does it make sense? **Cesifo Working Paper**, Zurique (Suíça), v. 3078, n. 2, jun. 2010. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1624792&rec=1&srcabs=1757864&alg=7&pos=8](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1624792&rec=1&srcabs=1757864&alg=7&pos=8). Acesso em: 12 jan. 2019.

FREY, Bruno S; STEINER, Lasse. World Heritagelist. In: RIZZO, Ilde; MIGNOSA, Anna. **Handbooks on the economics of Cultural Heritage**. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2013.

FROST-KUMPF, Hilary Anne. **Cultural districts: the arts as a strategy for revitalizing our cities**. Washington, DC: Americans for the Arts, 1998. Disponível em: [https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/Cultural%20Districts\\_0.pdf](https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/Cultural%20Districts_0.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995. Disponível

em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75901995000300004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901995000300004). Acesso em: 10 jan. 2019.

GODOY, Áttila. **Cicloturismo na Estrada Real**: travessia de Bento Rodrigues de bicicleta após a tragédia de Samarco. Entrevista cedida a Antonio Olinto. *Cicloturismo no Brasil*, 17 mar. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YmIpsD75BVE>. Acesso em: 10 jan. 2019.

GODOY, Áttila. **Estrada Real**: a verdadeira história. Entrevista cedida a Antonio Olinto. *Cicloturismo no Brasil*, 26 jan. 2010. Disponível em: <https://www.olinto.com.br/index.php/publicacoes/guia/estrada-real-verdadeira-historia/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

GUIMARÃES, Carlos Magno Guimarães. Quilombos e política (MG - século XVIII). **Revista de História UFMG**, v. 132, 1995. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/download/18755/20818/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

HAMMETT, Chris; SHOVAL, Noa. Museums as flag ships of urban development. In: HOFFMAN, Lily M.; FAINSTEIN, Susan S.; JUDD, Dennis R. (ed.). **Cities and visitors: regulating people, markets and city space**. Malden, MA: Blackwell, 2003. p. 219-236.

HENRICH, Joseph *et al.* Economic man in cross-cultural perspective: Behavioral experiments in 15 small-scale societies. **Behavioral and Brain Sciences**, v. 28, p. 795–855, 2005. Disponível em: [https://www.econ.uzh.ch/dam/jcr:ffffff-9758-127f-0000-00004de60616/Henrich\\_et\\_al\\_in\\_BBS\\_Dec\\_05.pdf](https://www.econ.uzh.ch/dam/jcr:ffffff-9758-127f-0000-00004de60616/Henrich_et_al_in_BBS_Dec_05.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

HESS, Charlotte. Mapping the new commons. 2008. In: 12th Biennial Conference of the International Association for the Study of the Commons. **Anais [...]**. Universidade de Gloucestershire, Cheltenham, Inglaterra, 2008. Disponível em: [http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/304/Mapping\\_the\\_NewCommons.pdf](http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/304/Mapping_the_NewCommons.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

HOFRICHTER, Markus. **Análise SWOT**: quando usar e como fazer. Porto Alegre: Simplissimo, 2017.

ICOMOS. Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales. **Carta de itinerários culturais**. Canadá, 2008. Disponível em: [https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes\\_sp.pdf](https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_sp.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

IER. **História**. Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <http://www.institutoestradaareal.com.br/estradaareal>. Acesso em: 10 jan. 2019a.

IER. **Passaporte** Estrada real. Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <http://www.institutoestradaareal.com.br/passaporte>. Acesso em: 10 jan. 2019b.

IER. **Terroir**. Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <http://www.institutoestradaareal.com.br/passaporte>. Acesso em: 10 jan. 2019c.

JIMURA, Takamitsu. The effectiveness of a combination of quantitative and qualitative methods in tourism research. In: RICHARDS, Vicky.; RAGUZ, Ana. (Eds.). **Conference**

**Proceedings: 3rd Critical Tourism Studies Conference Connecting Academies of Hope – Critical Notions and Creative Vistas.** Zadar, Croatia, p. 21-24, jun. 2009.

JIMURA, Takamitsu. The impact of world heritage site designation on local communities: a case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. **Tourism Management**, v. 32, n. 2, 2011. Disponível em: <http://researchonline.ljmu.ac.uk/3002/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

KADIR, Norsiah; JUSOFF, Kamaruzaman. The cointegration and causality tests for tourism and trade in Malaysia., **International Research Journal of Finance and Economics**, v. 2. n. 1, p. 138-143, 2010. Disponível em: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijef/article/view/4951>. Acesso em: 10 jan. 2019.

KHANDKER, Shahidur Rahman.; KOOLWAL, Gayatri B.; SAMAD, Hussain A. **Handbook on Impact Evaluation: Quantitative Methods and Practices.** Washington, DC: The World Bank, 2010. Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/pt/650951468335456749/pdf/520990PUB0EPI1101Official0Use0Only1.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

LAZZERETTI, Luciana; DOMENECH, Rafael Boix; CAPONE, Francesco. Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries. **IERMB Working Paper in economics**, v. 902, abr. 2009. Disponível em: <https://iermb.uab.es/RePEc/doc/wpierm0902.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

LI, Yiping; WU, Huayu. **Is World Heritage inscription a sustainable tourism option? Evidence from China.** In: Some studies of economics changes. János Tibor Karlovitz (Ed.) Komárno: International Research Institute: 2016. p. 3-24.

LLOYD, Richard. **Neo-Bohemia: art and commerce in the post industrial city.** London: Routledge, 2006. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.904.4642&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

LLOYD, Richard. Neo-Bohemia: art and neighborhood redevelopment in Chicago. **Journal of Urban Affairs**, v. 24, n. 5, p. 517–32, 2002. Disponível em: [http://spartan.ac.brocku.ca/~dvivian/planningcommittee/boggs/Neo\\_Bohemia\\_1467-9906.pdf](http://spartan.ac.brocku.ca/~dvivian/planningcommittee/boggs/Neo_Bohemia_1467-9906.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

MACCANNEL, Dean. **Tourist or traveller.** Londres: BBC education, 1996.

MACHADO, Ana Flávia; SIMÕES, Rodrigo Ferreira; DINIZ, Sibelle Cornélio. Urban Amenities and the Development of Creative Clusters: the Case of Brazil. **Current Urban Studies**, v. 1, p. 92-101, 2013. DOI: 10.4236/cus.2013.14010. Disponível em: [https://file.scirp.org/pdf/CUS\\_2013121114291257.pdf](https://file.scirp.org/pdf/CUS_2013121114291257.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

MANSFELD, Yoel. Chapter: tourism and local communities. The Interplay between Tourism and the Community. In: **Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites.** Lugano: Universidade da Suíça Italiana, 2018. Disponível em: [https://www.fun-mooc.fr/asset-v1:Paris1+16008+session01+type@asset+block@MOOC\\_TMatUWHS\\_manual.pdf](https://www.fun-mooc.fr/asset-v1:Paris1+16008+session01+type@asset+block@MOOC_TMatUWHS_manual.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

MANZINI, Eduardo José. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. In: MARQUEZINE, Maria Cristina; ALMEIDA, Maria Amélia; OMOTE; Sadao. (Orgs.) **Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial**. Londrina: Eduel, 2003. p.11-25. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/217026920/Manzini-2004-entrevista-semi-estruturada-pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MARKUSEN, Ann; GADWA, Anne. **Arts and Culture in Urban/Regional Planning: a Review and Research Agenda**. EUA: Universidade de Minnesota, 2009. Disponível em: <http://umbraco0393.web04.fab-it.dk/media/43775/culturalplanningresearch.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MARKUSEN, Ann; SCHROCK, Greg. Consumption-Driven Urban Development. **Urban Geography**, v. 30, n. 4, p. 344-367, maio 2009. Disponível em: <http://archive.hhh.umn.edu/centers/prie/pdf/273ConsumptionDrivenUG808.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MASON, Peter; BEAUMONT KERRIDGE, John. Motivations for attendance the sidmouth International Festival. In: LONG, Philip; ROBINSON, Mike (ed.). **Festivals and Tourism: Marketing, Management and Evaluation**. Sunderland : Business Education Publishers, 2004. p. 33-46.

MASON, Randall; MACLEAN, Margaret G. H; DE LA TORRE, Marta. **Hadrian's Wall World Heritage Site: a case study**. Los Angeles, 2003. Disponível em: [http://www.getty.edu/conservation/publications\\_resources/pdf\\_publications/pdf/hadrians\\_wall.pdf](http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/hadrians_wall.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

MASON Peter; KUO I-Ling.. Visitor attitudes to stonehenge: international icon or national disgrace? **Journal of Heritage Tourism**, v. 2, p. 168-183, 2008. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2167/jht058.0>. Acesso em: 12 jan. 2019.

MINAS GERAIS. **Lei nº 13.173, de 20 de janeiro de 1999**. Dispõe sobre o Programa de incentivo ao desenvolvimento do potencial turístico da Estrada Real. Minas Gerais: Assembléia Legislativa, 1999. Disponível em: <https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br;minas.gerais:estadual:lei:1999-01-20;13173>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MINAS GERAIS. **Lei nº 18.030, de 12 de janeiro de 2009**. Dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da arrecadação do ICMS pertencente aos Municípios. Minas Gerais: Assembleia Legislativa, 2009. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa-nova-min.html?tipo=LEI&num=18030&ano=2009>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais. **O que é um circuito turístico?** Minas Gerais, [2018]. Disponível em: <http://www.turismo.mg.gov.br/circuitos-turisticos/informacoes-administrativas>. Acesso em: 10 jan. 2019.

MORESCHINI, Luca. Impatto del marchio UNESCO sui sitiitaliani: Pienza e Valdorcia. In: MORESCHINI, Luca; RAMELLO, Giovanni B.; SANTAGATA, Walter. (Eds.). **Um marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza**. Roma, Itália: Rubbettino, 2015. Disponível em: <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/01/Un-marchio-per-la->

valorizzazione-dei-territori-di-eccellenza.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-3.pdf. Acesso em: 10 jan. 2019.

OSTROM, Elinor. **Governing the commons**: the evolution of institutions for collective action. Inglaterra: Universidade de Cambridge, 1990. Disponível em: [https://wtf.tw/ref/ostrom\\_1990.pdf](https://wtf.tw/ref/ostrom_1990.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

OSTROM, Elinor; BURGER, Joanna; FIELD, Christopher B.; NORGAARD, Richard B.; POLICANSKY, David. Revisiting the Commons: Local Lessons, Global Challenges. **Science**, v. 284, n. 5412, p. 278-282, abr. 1999. DOI: 10.1126. Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/284/5412/278?sid=811894ac-3b95-4648-a92f-5fa5807a1d2a>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PACI, Raffaele; MARROCU, Emanuela. **Tourism and regional growth in Europe**. Itália: CRENOS, 2013. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/pirs.12085>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PATUELLI, Roberto; MUSSONI, Maurizio; CANDELA, Guido. **Cultural Offer and Distance in a Spatial Interaction Model for Tourism**. *Economics and Business Letters*, v. 3, n. 2, p. 96-108, 2014. Disponível em: <http://www.unioviedo.es/reunido/index.php/EBL/article/view/10301>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PCAOB. **Report on 2007 Inspection of PricewaterhouseCoopers LLP**. Washington, 2008. Disponível em: [https://pcaobus.org/Inspections/Reports/Documents/2008\\_PricewaterhouseCoopers-0627.pdf](https://pcaobus.org/Inspections/Reports/Documents/2008_PricewaterhouseCoopers-0627.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

PCAOB. **Inspection of PricewaterhouseCoopers**. Washington, 2008. Disponível em: [https://pcaobus.org/Inspections/Reports/Documents/2008\\_PricewaterhouseCoopers-0627.pdf](https://pcaobus.org/Inspections/Reports/Documents/2008_PricewaterhouseCoopers-0627.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

PEARCE, Philip L.; MOSCARDO, Gianna; ROSS, Glenn. F. **Tourism Community Relationships**. Oxford: Pergamon Press. 1996

PENA-VEGA, Alfredo; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do (Org.). **O pensar complexo**: Edgar Morin e a crise da modernidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

PÉZUA, Otto Regalado; VALENCIA, Jesús Arias. Desarrollo sostenible en turismo: una propuesta para Machu Picchu. **Cuad. Difus.**, Perú, v. 11, n. 20, jun. 2006. Disponível em: <http://jefas.esan.edu.pe/index.php/jefas/article/view/185/176>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PHIRI, Andrew. Nonlinear Co-Integration Between Unemployment and Economic Growth in South Africa. **Managing Global Transitions**, University of Primorska, Faculty of Management Koper, v. 12, n. 4, p. 303-324, 2014. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/mgt/youmgt/v12y2014i4p303-324.html>. Acesso em: 18 abr. 2019.

PIRES, Maria do Carmo. A Estrada Real e a história do processo de construção de roteiros turísticos no estado de Minas Gerais, Brasil. **Revista Turydes, Turismo y Desarrollo**, n. 23, dez. 2017. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/23/minas-gerais.html>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PONTES, Alen; OLIVEIRA, Neuma; ALANA, Tainá; RAFAEL, Victor. **Habib's**: análise mercadológica e análise SWOT. Porto Velho, 2009. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/neumaoli/habibs-10299628>>. Acesso em 10 jan. 2019.

PRUD'HOMME, Rémy. **Les impact socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études**. Paris: UNESCO, 2008. Disponível em: <http://www.rprudhomme.com/app/download/9188693/2008+Impact+Liste+Patrimoine.pdf>. Disponível em: 12 jan. 2019.

PUNZO, Lionello Franco; URRACA-RUIZ, Ana; ROCHA, Frederico. **Non-Pure public goods as drivers of growth and development**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014.

RENGER, Friedrich. A origem histórica das estradas reais nas Minas Setecentistas. In: VILLALTA, Luiz Carlos; RESENDE, Maria Efigênia Lage de. (Orgs). **História de Minas Gerais: as Minas Setecentistas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. v. 1, p. 127-137.

RODRIGUES, Eder Romagna. **A oferta turística da Estrada Real: uma proposta de hierarquização**. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia)– Pós-Graduação em Geografia, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008. Disponível em: [https://slidex.tips/queue/a-oferta-turistica-da-estrada-real-uma-proposta-de-hierarquizacao?&queue\\_id=-1&v=1551060990&u=MTMxLjI1NS43NS44MA==](https://slidex.tips/queue/a-oferta-turistica-da-estrada-real-uma-proposta-de-hierarquizacao?&queue_id=-1&v=1551060990&u=MTMxLjI1NS43NS44MA==). Acesso em: 10 jan. 2019.

RYAN, Chris. **Researching tourist satisfaction: issues, concepts, problems**. London, Routledge. 1995.

SANTAGATA, Walter. Un Marchio Indipendente per la valorizzazione dei Siti UNESCO italiani e dei territori di eccellenza. MORESCHINI, Luca; RAMELLO, Giovanni B.; SANTAGATA, Walter. (Eds.). **Um marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza**. Roma, Itália: Rubbettino, 2015. Disponível em: <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/01/Un-marchio-per-la-valorizzazione-dei-territori-di-eccellenza.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-3.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

SANTAGATA, Walter; BERTACCHINI, Enrico; BRAVO, Giangiacomo; MARRELLI, Massimo. **Cultural Commons and Cultural Communities**. Italia, 2011.

SANTOS, Xose; CABRERA, Laura Pena. Management of Tourist Flows. The Cathedral of Santiago de Compostela. **Rev. Pasos**, Espanha, v. 12, n. 4, p. 719-735, 2014. Disponível em: [http://www.pasosonline.org/Publicados/12414/PS0414\\_05.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/12414/PS0414_05.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

SCOTT, Allen J. **The cultural economia of cities**. Malden, MA: Blackwell, 1997. Disponível em: [http://spartan.ac.brocku.ca/~dvivian/planningcommittee/boggs/Cultural\\_Economy\\_07112016553026229.pdf](http://spartan.ac.brocku.ca/~dvivian/planningcommittee/boggs/Cultural_Economy_07112016553026229.pdf). Acesso em: 10 jan. 2019.

SELMAN, Paul. Landscapes as integrating frameworks for human, environmental and policy processes. In: PLIENINGER, Tobias; BIELING, Claudia (ed.). **Resilience and the Cultural Landscape**. Inglaterra: Universidade de Cambridge, 2012. p. 27. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Tobias\\_Plieninger/publication/258375200\\_Resilience\\_and\\_the\\_cultural\\_landscape\\_Understanding\\_and\\_managing\\_change\\_in\\_human-shaped\\_environments/links/580dca2908ae075d7b4b7343/Resilience-and-the-](https://www.researchgate.net/profile/Tobias_Plieninger/publication/258375200_Resilience_and_the_cultural_landscape_Understanding_and_managing_change_in_human-shaped_environments/links/580dca2908ae075d7b4b7343/Resilience-and-the-)

cultural-landscape-Understanding-and-managing-change-in-human-shaped-environments.pdf. Acesso em: 10 jan. 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City Tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

TOLEDO, Francisco Sodero. **Estrada Real**: caminho Novo da Piedade. São Paulo: Alínea, 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

UMBELINO, Glauco; CARVALHO, Rodrigo; ANTUNES, Américo. Uso da cartografia histórica e do SIG para a reconstituição dos caminhos da Estrada Real. **Revista Brasileira de Cartografia**, v. 61, n. 1, 2009. Disponível em: [www.lsie.unb.br/rbc/index.php/rbc/article/download/22/23](http://www.lsie.unb.br/rbc/index.php/rbc/article/download/22/23). Acesso em: 10 jan. 2019.

UNESCO. **Cultural Diversity**. 2017. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/cultural-diversity/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

UNESCO. **Policy for the integration of a sustainable development perspective into the processes of the World Heritage Convention**. This policy document was adopted by the General Assembly of the States Parties to the Convention at its 20 Session. Paris, 2015. Resolution 20 GA 13. Disponível em: <https://whc.unesco.org/document/139146>. Acesso em: 10 jan. 2019.

UNESCO. **Routes of Santiago de Compostela**: Camino Francés and Routes of Northern Spain. 2015. Disponível em: <https://whc.unesco.org/en/list/669>. Acesso em: 10 jan. 2019.

UNESCO. **Decision: 40 com 7** -State of conservation of World Heritage Properties. 2016. Disponível em: <https://whc.unesco.org/en/decisions/6817/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

UNESCO. Sustainable development goals. **About the Sustainable Development Goals**. [2019]. Disponível em: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>. Acesso em: 10 jan. 2019.

VEAL, Anthony James. **Research methods for leisure and tourism**: A Practical Guide. 3. ed. Harlow: Pearson Education, 2006.

WADE, Robert. The management of common property resources: collective action as an alternative to privatization or state regulation. **Cambridge Journal of Economics**, v. 11, p. 95-106, 1987. Disponível em: <http://www2.econ.iastate.edu/classes/tsc220/hallam/CommonPropertyResourcesWade.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

YANG, Yang; XUE, Lan; JONES, Thomas. Tourism-enhancing effect of World Heritage Sites: Panacea or placebo? A meta-analysis. In: **Annals of Tourism Research**, v. 75, p. 29-41, dez. 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/329871673\\_Tourism-](https://www.researchgate.net/publication/329871673_Tourism-)

enhancing\_effect\_of\_World\_Heritage\_Sites\_Panacea\_or\_placebo\_A\_meta-analysis. Acesso em: 10 jan. 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

### **Entrevistas:**

ENTREVISTA do sócio de pousada de São Brás do Suaçaí concedida a Carlos Henrique Nascimento. São Brás do Suaçaí, 2019a.

ENTREVISTA com funcionária de pousada do Caminho Velho concedida a Carlos Henrique Nascimento. Caminho Velho, 2019b.

ENTREVISTA do sócio da pousada do Caminho de Sabarabuçu concedida a Carlos Henrique Nascimento. Caminho de Sabarabuçu, 2019c.

ENTREVISTA com comerciante de estabelecimento do Caminho Novo concedida a Carlos Henrique Nascimento. Caminho Novo, 2019d.

ENTREVISTA com empresário de estabelecimento da cidade de Prados concedida a Carlos Henrique Nascimento. Prados, 2019e.

ENTREVISTA com assessor da Secretaria Municipal de Turismo de Carrancas concedida a Carlos Henrique Nascimento. Carrancas, 2019f.

ENTREVISTA com produtora de queijo e líder comunitária da Região do Serro concedida a Carlos Henrique Nascimento. Região do Serro, 2019g.

ENTREVISTA com artesão da cidade de Santos Dumont concedida a Carlos Henrique Nascimento. Santos Dumont, 2019h.

ENTREVISTA do sócio da pousada da cidade do Serro concedida a Carlos Henrique Nascimento. Serro, 2019i.

ENTREVISTA do sócio de agência de turismo da cidade do Serro concedida a Carlos Henrique Nascimento. Serro, 2019j.

ENTREVISTA de comerciante da Zona Rural concedida a Carlos Henrique Nascimento. Zona Rural, 2019k.

ENTREVISTA da responsável por atração turística na Vila Cocais concedida a Carlos Henrique Nascimento. Vila Cocais, 2019l.

ENTREVISTA Do líder comunitário de Itatiaia concedida a Carlos Henrique Nascimento. Ouro Branco, 2019m.

ENTREVISTA com funcionária de estabelecimento da cidade de Santos Dumont, no Caminho Novo, concedida a Carlos Henrique Nascimento. Santos Dumont, 2019n.

ENTREVISTA com político da cidade de São Brás do Suaçuí, no Caminho Velho, concedida a Carlos Henrique Nascimento. São Brás do Suaçuí, 2019o.

ENTREVISTA da secretário de turismo da cidade no Caminho Velho concedida a Carlos Henrique Nascimento. 2019p.

ENTREVISTA com empresário de estabelecimento da cidade de Passa Quatro concedida a Carlos Henrique Nascimento. Passa Quatro, 2019q.

ENTREVISTA com empresário do ramo turístico de São Lourenço concedida a Carlos Henrique Nascimento. São Lourenço, 2019r.

ENTREVISTA com empresário de São Lourenço concedida a Carlos Henrique Nascimento. São Lourenço, 2019s.

ENTREVISTA com secretário de Turismo de uma das cidades do trajeto da Estrada Real, concedida a Carlos Henrique Nascimento. Minas Gerais, 2019t.

ENTREVISTA com comerciante da Zona Rural concedida a Carlos Henrique Nascimento. Minas Gerais, 2019u.

ENTREVISTA com envolvido na criação de dois roteiros do caminho da ER concedida a Carlos Henrique Nascimento. Minas Gerais, 2019v.

LEÃO, Flávio. Entrevista do escritor concedida a Carlos Henrique Nascimento. Minas Gerais, 2019.

SAADI, Allaouá. Entrevista concedida a Carlos Henrique Nascimento. Caminho dos Diamantes, 2019.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ESTRADA REAL

**Data:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ **Caminho** \_\_\_\_\_

**Localidade da entrevista?** \_\_\_\_\_

### PERGUNTAS OBJETIVAS

**Qual gênero?** ( ) Mulher ( ) Homem

**Qual a localidade?** ( ) Urbana ( ) Rural

### ENTREVISTADO RESPONDENDO

**Nome:** \_\_\_\_\_ **Qual a sua idade?** \_\_\_\_\_

**O estabelecimento possui convênio com o Instituto Estrada Real?** ( ) Sim ( ) Não

**Você é dono do estabelecimento?** ( ) Sim ( ) Não

**Você conhece ou já ouviu falar da Estrada Real?**

( ) Sim ( ) Mais ou menos ( ) Não

**Você acha que a Estrada Real estimula o turismo da região?**

( ) Sim ( ) Mais ou menos ( ) Não

**Você acha que a Estrada Real contribui para a venda do seu produto ou serviço?**

( ) Sim ( ) Mais ou menos ( ) Não

**Em sua opinião, existe cooperação entre os moradores, governo e comerciantes para melhoria da Estrada Real?**

( ) Sim ( ) Mais ou menos ( ) Não

**Você acha que a Estrada Real está ligada a:**

( ) Aumento da visibilidade do local

( ) Aumento do turismo e do comércio

( ) Cultura local

( ) Não está ligada a nenhuma melhoria

( ) Aumento da cooperação dos habitantes

( ) Aumento da autoestima dos moradores

**Em sua opinião, qual o setor que mais se beneficia com a Estrada Real?**

( ) Moradores ( ) Grandes empresários ( ) Turismo

( ) Pequenos produtores locais ( ) Governo ( ) Nenhum

### PERGUNTAS ABERTAS

1) **Quais são os pontos positivos e negativos da Estrada Real?**

2) **Na sua opinião, a Estrada Real é um bem de todos? Porquê?**

3) **Você fez algum investimento na Estrada Real ou teve algum gasto que associe seu negócio à Estrada Real? Pretende fazer?**