

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

BRUNO GIORDANI CLOSS

ANALISANDO A PRÁTICA PELO VIÉS DA TEORIA:
UM ESTUDO DE CASO DO TURISMO DE INTERESSE ESPECÍFICO

Porto Alegre

2017

BRUNO GIORDANI CLOSS

**ANALISANDO A PRÁTICA PELO VIÉS DA TEORIA:
UM ESTUDO DE CASO DO TURISMO DE INTERESSE ESPECÍFICO**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Cássio da Silva Calvete

Porto Alegre

2017

BRUNO GIORDANI CLOSS

**ANALISANDO A PRÁTICA PELO VIÉS DA TEORIA:
UM ESTUDO DE CASO DO TURISMO DE INTERESSE ESPECÍFICO**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Aprovada em: Porto Alegre, ____ de _____ de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Cássio da Silva Calvete – Orientador
UFRGS

Profa. Dra. Janice Dornelles de Castro
UFRGS

Profa. Dra. Letícia de Oliveira
UFRGS

RESUMO

Este trabalho trata sobre a economia do turismo, mais precisamente acerca do turismo de interesse específico. Nele se busca, através da análise de estudos de caso, determinar se é válida a criação de um evento singular para impulsionar o crescimento de uma cidade. Dessa forma, são analisados, após uma introdução acerca da atividade econômica turismo e do turismo de interesse específico, o vilarejo de Júzcar, na Espanha, e a cidade de Varginha, em Minas Gerais, de onde será concluída a validade do estudo.

Primeiramente se introduz o turismo como atividade, explicando-se, através das definições de diversos autores o que é tratado como turismo pela literatura. É visto também, segundo diversos conceitos e definições, o que se trata como turismo de interesse específico, bem como se expõe modelos para análise deste tipo de turismo. Culmina-se então em um estudo de caso que analisa como duas cidades se comportaram após o acontecimento de um fato deveras inusitado em seu território, sendo eles: um evento relacionado com os Smurfs, ocorrido em Júzcar, e o famoso episódio do “ET de Varginha”, ocorrido, obviamente, em Varginha.

Palavras-chave: Turismo de interesse específico. Economia do Turismo. Júzcar. Varginha. Smurfs. ET de Varginha.

ABSTRACT

The following paper disserts about the tourism economics, more precisely about the special interest tourism. It is seek, at this paper, through analysis of case studies, to determinate if it is valid to elaborate a special event only to improve the growth of a city. Then, after an introduction about the tourism as an economic activity and the special interest tourism, are analyzed the village of Juzcar, Spain, and the city of Varginha, Minas Gerais, Brazil, when it is presented the validly of the work.

First the tourism as an activity is introduced, explaining, through various authors' ideas how it is treated by the literature. It is also showed up, according to a variety of concepts and definitions, what is treated as special interest tourism, also exhibiting models to analyze this kind of tourism. The work culminates, then, in a case study that analyzes how two cities dealt with a *happening* at their territory. The cases are: A Smurfs' related one, held at Juzcar, and the famous Brazilian case of the "ET of Varginha", obviously held at Varginha.

Keywords: Special interest tourism. Tourism economics. Juzcar. Varginha. Smurfs. ET of Varginha.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Principais ideias de autores escolhidos	28
Quadro 2 – Características do Turismo de Interesse Específico segundo autores	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População de Júzcar	46
Tabela 2 - Número de estabelecimentos de Júzcar	47
Tabela 3 - número de contatos de trabalho de Júzcar.....	48
Tabela 4 - Taxa de desemprego de Júzcar.....	49
Tabela 5 - Receitas correntes dos municípios	54
Tabela 6 - Variação nas Receitas Correntes dos municípios escolhidos	55
Tabela 7 - Produto Interno Bruto municipal a preços constantes (de 2000)	56
Tabela 8 – Valor das aplicações bancárias nos municípios selecionados (Nº de agências bancárias)	57

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. CONCEITOS E DEFINIÇÕES ACERCA DO TURISMO	11
2.1. Turismo	12
2.2. Turismo segundo a Organização Mundial do Turismo	20
2.3. Tipos de Turismo	22
3. TURISMO DE INTERESSE ESPECÍFICO	29
3.1. Definições e características.....	29
3.2. Outras classificações.....	31
3.3. Exemplos práticos do Turismo de Interesse específico.....	36
3.4. Modelo de turismo.....	38
4. ESTUDOS DE CASO	43
4.1. Vilarejo de Júzcar, Málaga, Andaluzia, Espanha	44
4.1.1. Forma de condução do turismo	45
4.1.2. Dados atuais e passados do vilarejo.....	45
4.2. Varginha, Minas Gerais, Brasil	50
4.2.1. Dados da cidade antes e após o evento	53
4.3. Comparação dos casos estudados com o modelo proposto e outras observações	58
4.3.1. Júzcar, Andaluzia	58
4.3.2. Varginha, Minas Gerais.....	60
5. CONCLUSÃO.....	64
Referências.....	67

1. INTRODUÇÃO

Com este trabalho de conclusão pretende-se estudar as vertentes das teorias a respeito da economia do turismo, bem como, após o estudo de tais aspectos, estudar dois casos específicos e expor, segundo as próprias teorias estudadas anteriormente, o que estes casos a serem estudados fizeram para atrair e manter os turistas conseguidos com um dado evento, além de analisar o crescimento econômico de ambas as cidades, para conferir se o turismo foi relevante para a região em questão.

A pergunta que originou a pesquisa e a conseqüente realização deste trabalho foi: “Será que é possível elevar a renda de uma região apenas criando um fato para que ela se torne conhecida?”.

Para que fosse possível responder então a esta pergunta, decidiu-se, primeiramente, pesquisar sobre o turismo, para que se entendesse um pouco mais sobre o que de fato representa esta atividade. Isto é o que será feito na primeira seção deste trabalho após esta parte introdutória.

Após se entender melhor o que representa o turismo, passa-se para a segunda parte, na qual caracterizamos o turismo de interesse específico, que vem a ser o tema central desta monografia, para que possamos, posteriormente, na última parte do trabalho antes das conclusões finais, analisar os dois casos estudados.

Dessa forma, introduzem-se agora os casos que serão objetos de análise:

- O primeiro será o vilarejo de Júzcar, em Málaga, na Andaluzia - Espanha, onde para promoção do filme dos Smurfs, em 2011, pintou-se todas as casas da cor azul. Fato que modificou grandemente os olhos do mundo para a vila, que se tornou “a primeira vila real dos Smurfs”, de forma que o número de visitantes do vilarejo aumentou exponencialmente (Claros, 2014).

- O segundo caso será um fato nacional, ocorrido na cidade de Varginha no estado de Minas Gerais. O evento se dá quando, na tarde de 20 de Janeiro de 1996, três meninas afirmaram ter visto um “ser estranho e marrom” (Silva & Melo, 2016), fato

que, após boatos de que o ser seria, na realidade, um extraterrestre, impulsionou o nome da cidade para o resto do Brasil, além do mundo inteiro.

Nosso objetivo, com este trabalho de pesquisa, é analisar se as cidades tomaram as atitudes corretas quando da possibilidade de exploração de dado evento como turístico. Se seus governantes pensaram nas políticas a serem tomadas e se estes fizeram algum planejamento para melhor utilização do evento.

A importância do nosso estudo se dá quando da análise dos casos específicos, pois poderemos descobrir o que dada cidade fez de correto ou o que a mesma deixou de fazer após a oportunidade que se mostrou. Descobrimo o que a cidade deixou de fazer, poderemos articular sobre como ela deveria ter agido, de forma a expormos os cuidados a serem tomados, por outras cidades, quando surgir a oportunidade de utilizar dado evento para aumentar as receitas com o turismo.

Nosso problema de pesquisa virá da necessidade da provação da teoria na prática, pois esperamos conseguir mostrar, após nossa pesquisa e os estudos de caso a serem analisados, como uma região pode vir a utilizar, de fato, a teoria para incrementar, ou mesmo manter, o turismo advindo de dada atividade específica.

A metodologia a ser utilizada será a indutiva, ou seja, primeiramente analisaremos ambos os casos que nos propusemos, para, após, concluirmos qual deve ser a melhor maneira de se tratar a respeito deste assunto quando do surgimento de uma oportunidade em alguma cidade, de maneira a não se desperdiçar a chance obtida.

2. CONCEITOS E DEFINIÇÕES ACERCA DO TURISMO

O turismo é considerado, segundo as recomendações para estatísticas a respeito do turismo, elaborado pelas Nações Unidas, juntamente com a Organização Mundial do Turismo, como um subproduto das viagens (UN, 2010). De modo que, para analisarmos o turismo, faz-se necessário uma breve introdução da atividade *viagem* em si, que faremos a seguir.

Dessa forma, devemos diferenciar viagem de migração, para não incorrerem no erro de dizer que o homem sempre viajou, quando este, na realidade, apenas migrou. O ato de viajar encontra sua contrapartida no ato de retornar, ou seja, se alguém viaja, viaja a algum lugar e depois retorna ao seu local de origem, enquanto os migrantes partem de seu local de origem para não mais voltar. Outro ponto tocado por Barretto (2001) vem a ser a diferenciação entre viagem e turismo, para a autora, o conceito de viagem infere apenas deslocamento, enquanto o de turismo “(...) *implica a existência também de recursos, infra-estrutura(sic) e superestrutura jurídico-administrativa.*”

Deve-se dizer também, que não existe um consenso de quando se deu o início do turismo, existindo autores que definem este ponto como sendo o século VIII a.C., o que configuraria as viagens para a Grécia, para testemunho dos jogos Olímpicos, a cada quatro anos (DE LA TORRE, 1991¹ apud BARRETTO, 2001), enquanto outros defendem outras teorias para os primeiros viajantes, como a dos fenícios, por estes terem sido os inventores do comércio e da moeda (IGNARRA, 2001² apud VASCONCELOS, 2005). No entanto, para Barretto (2001), os romanos provavelmente foram os primeiros a viajarem a prazer, (ou realizarem turismo) em meados do século II D.C. Estas viagens por prazer teriam como destino spas para cura de doenças e praias em busca de divertimento, (Barreto, 2001).

¹ DE LA TORRE, O. **El turismo, fenómeno social**. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

² IGNARRA, L.R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

2.1. Turismo

Começamos então pela análise da definição de turismo para Jaén Ávila (ÁVILA 1999³ apud BARBOSA, 2010), para quem o turismo necessita de preceitos para ser analisado como uma atividade econômica. Ávila diz que o turismo só poderia ser considerado uma atividade econômica caso se tornasse, de fato, um produto. Ou seja, para o autor, a não ser que se possua um “produto turístico”, este sendo caracterizado por ser comercializado exclusivamente para turistas, não poderemos pensar no turismo como uma atividade econômica.

Esta definição de Ávila para o turismo acaba indo, de certa forma, contra e a favor de nossas ideias. A favor, pelo fato de quisermos analisar justamente o lucro advindo de atividades turísticas, ou seja, aquelas atividades focadas inteiramente no turismo. O problema, é que não pensamos ser necessário que estas empresas sejam, além de *inteiramente* focadas no turismo, *exclusivamente* focadas nos turistas. Ao analisarmos os casos escolhidos, mais a frente neste trabalho, levaremos em conta, também, aquelas atividades que são não exclusivas do turismo, como exemplo podemos citar um restaurante, cujos lucros aumentarão com o turismo, mas que atende também os residentes da região.

Para auxiliar-nos nessa explicação, recorreremos à definição de Fonseca (2010), para quem o turismo nada mais é que uma das formas de lazer das pessoas, ou melhor dizendo, ocupação do tempo livre pessoal. Além disso, para a autora, é independente a forma como é feita essa ocupação do tempo livre, bem como os meios de deslocamento utilizados.

Esta definição da professora Ângela Fonseca, vem a ser bem mais simpática aos nossos objetivos, já que não exclui (como fez Ávila, 1999), os residentes locais da atividade turismo em si, pois considera o turismo como “uma das formas de ocupação dos tempos livres” (FONSECA, 2010). Dessa forma, podemos levar em conta, para mensuração do crescimento baseado no turismo, os residentes que acabam, mesmo na sua cidade, realizando atividades turísticas. Ou seja, para mensurar o crescimento via turismo, devemos levar em conta os “não turistas” ‘fazendo turismo’, ou expondo de outra maneira, aqueles que são turistas em sua terra natal.

³ JAÉN ÁVILA, J.M. **Aspectos socioeconómicos y educativos en el turismo** 1999. IN SILVA, J.A.S.; O turismo como atividade econômica: enfoque da demanda x oferta. Vol1, nº1. Outubro, 2007

Coriolano & Sampaio (2012, p. 68), caracterizam o turismo como sendo, segundo a própria OMT “(...)uma atividade com forte intensidade de absorção de mão-de-obra, que proporciona aberturas para pequenas empresas e iniciativas locais, tem capacidade para gerar empregos para pobres, jovens, mulheres (...)”, ou seja, segundo Coriolano e Sampaio, o turismo pode sim ser responsável pelo desenvolvimento de uma dada região, aumentando as vagas de emprego da cidade, além de proporcionar uma espécie de inclusão social, já que proporciona chances maiores de emprego para os residentes locais, que, caso não houvesse o turismo, não teriam oportunidades de possuir uma função na sociedade. Ainda no que tange o desenvolvimento, podemos citar a fala de Brasileiro (2012) para quem:

(...) as produções acadêmicas da área do turismo, dentre os diversos paradigmas e interpretações teóricas dos autores, têm dedicado uma maior atenção à observação empírica. Estes estudos não têm avançado na vinculação dos fatos observados com um quadro de referência teórico-conceitual que permita a elaboração mais profunda de um arcabouço interpretativo deste fenômeno social moderno. (BRASILEIRO, 2012, p.76).

O dito por Brasileiro (2012) vem justamente ao encontro com o que pretendemos fazer neste trabalho de conclusão, que vem a ser o estudo e análise da teoria, de forma a, posteriormente, utiliza-la para análise da realidade, para o estudo de fatos concretos. Estes fatos sendo de regiões onde existiu a possibilidade do turismo e este inclusive chegou a se configurar fortemente (ao menos por certo período de tempo), mas que não se sabe como este passou a se comportar ou a se manter, ou seja, não se sabe se a cidade conseguiu de fato utilizar o turismo para seu próprio desenvolvimento ou se este foi deixado de lado por falta de conhecimento para dele usufruí-lo.

Algo que podemos explicitar, antes de passarmos ao próximo campo de nossa pesquisa, vem a ser a atenção que o turismo vem atraindo já há certo tempo, embora seja uma área relativamente nova de estudo. Conforme visto em Jafari (2005), existem cinco plataformas de estudo do turismo que foram utilizadas cronologicamente ao longo do tempo, sendo a última, que vem a ser a mais recente, incluída na bibliografia acerca do turismo justamente neste trabalho do autor, ou seja, a primeira a ser acrescentada depois do século XX. As plataformas são (no original em espanhol): “*Apologética, Precautoria, Adaptativa, Cientificocéntrica e Interés Público*”. Já as traduzindo para o

português, segundo Rejowski (2015), teremos algo como “*defesa, advertência, adaptação, conhecimento científico e interesse público*”. As plataformas são caracterizadas, conforme o autor, da seguinte forma:

A plataforma de *defesa* pode ser vista como o lado bom do turismo, ela seria aquela onde se defende o turismo, onde se ressalta os aspectos positivos da atividade, como exemplo o autor cita o fato de o turismo preservar o entorno natural e cultural da região, reviver antigas tradições e que facilita a comunicação intercultural.

Já a plataforma de *advertência*, seria o lado ruim do turismo, ou seja, nela se ressalta os pontos negativos da atividade, citados como exemplo o fato da atividade gerar empregos de baixa qualificação, causar inflação na região e beneficiar apenas as grandes empresas, além de proporcionar um desenvolvimento desequilibrado, (JAFARI, 2005).

A terceira plataforma, que vem a ser a plataforma de *adaptação*, é chamada por Jafari de “o como do turismo”, ou seja, aqui o autor cita como exemplo os tipos de turismo (que exporemos mais adiante), ou melhor dizendo, como o turismo se caracteriza em cada região.

Na plataforma de *conhecimento científico*, a quarta cronologicamente, chamada pelo autor de “o porquê do turismo”, pretende estudar a atividade não pelos seus lados positivos ou negativos, ou por seus diversos tipos, mas sim estudar o turismo como um todo, como um sistema, para assim entender melhor sua estrutura e o porquê de sua realização pelas pessoas.

A quinta plataforma, a chamada plataforma do *interesse público*, passa a ser notada após a queda da atividade em locais que sofreram catástrofes, com consequente vinda a público dos respectivos governos, além de cidadãos reconhecidos das respectivas cidades, para reclamar atenção ao turismo. Como exemplos citados por Jafari (2005) temos o ataque às Torres Gêmeas, à 11 de Setembro de 2001, caso com consequências tão grandes para o turismo norte americano que o próprio presidente do país à época, George W. Bush, veio a público incentivar o turismo (Na ocasião os nortes americanos estavam receosos de viajar devido à iminência de um novo atentado em qualquer lugar a qualquer momento). E também a crise da SARS (Que em português é chamada de “Síndrome Respiratória Aguda Grave”), que em 2003 reduziu o volume de

viagens às zonas afetadas de maneira anormal, ocasionando comoção governamental pela volta das viagens.

Jafari complementa ainda que, em meados do século passado e início do século corrente, o turismo galgou uma posição importante no mundo, tão logo a OMT (Organização Mundial do Turismo) surgiu, em 1970, e, posteriormente, passou a ser uma agência das Nações Unidas (Fato este ocorrido em 2003, conforme será explicado mais adiante), de forma a ter garantida sua igualdade com outras agências da Organização e poder participar dos conselhos da mesma (JAFARI, 2005).

Já para Vasconcelos (2005), ao ser abordado, na bibliografia geral, o fenômeno turístico acaba sendo definido por diversos e diferentes enfoques, os quais podemos citar como exemplo os enfoques: técnico, econômico, histórico e acadêmico. O autor divide ainda a definição de turismo em Reducionista, Holística e Sistêmica, sendo a Reducionista derivada das ideias de Descartes e seu método de pensamento analítico (que consistia da divisão de um fenômeno em partes, para melhor compreensão do todo). A Holística, que abarca o turismo de forma muito mais ampla, e a Sistêmica, na qual o autor cita como sua preferência o Sistur (Sistema de Turismo) criado por Beni (2001⁴) e que divide o Turismo em três grandes conjuntos: O conjunto das Relações Ambientais; o Conjunto das Relações Operacionais e o Conjunto da Organização Estrutural.

Para alguns autores, o turismo e o desenvolvimento econômico relacionado ao turismo são baseados na sustentabilidade, de forma que acabamos por ter mais vertentes do estudo do turismo. Como expoente desta vertente analisamos um artigo de Elizabeth Loiola, para quem o viés mais forte do turismo como desenvolvimento econômico é o turismo sustentável, como a autora deixa claro em seu artigo “Turismo e Desenvolvimento Local Sustentado”, Loiola (2004). Elizabeth diz que o turismo sustentável é composto por cinco dimensões de sustentabilidades, sendo elas: ecológica, social, cultural, espacial e econômica. Para a autora, a sustentabilidade ecológica seria a conservação da natureza, enquanto a sustentabilidade social se daria por conta da participação do cidadão no processo de desenvolvimento local. Já a sustentabilidade cultural, se daria por meio do respeito às diferenças culturais do local, enquanto a espacial se daria por meio de uma divisão equalizada dos pontos turísticos. Por fim

⁴ BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. 5a ed. São Paulo: Editora SENAC, São Paulo, 2001

temos a sustentabilidade econômica, que significaria a síntese do crescimento e da utilização dos recursos naturais, bem como a “*internalização nos locais dos vetores de crescimento econômico*”, Loiola (2004). A autora é particularmente receosa com o turismo de massa, que seria o turismo realizado em grandes escalas, por um número elevado de pessoas (e que será melhor explicado mais adiante em nosso trabalho), pois este tipo de turismo não se preocupa com a essência do local e sim apenas com a aparência do mesmo, tendo como prioridade o “sentir-se em casa” do turista, de modo que incentiva a construção de hotéis e resorts padronizados, onde os turistas ficam durante toda sua estadia, e que não levariam em conta a beleza natural do lugar em questão (Rodrigues, 1996⁵ apud Loiola, 2004), algo que vai ao encontro com a opinião da autora em relação ao turismo sustentável.

Conforme Yázigí (1996)⁶ (apud Loiola, 2004) ressalta, para esta vertente do turismo a paisagem é fundamental para que haja o fenômeno turístico, de forma que uma paisagem associada a aspectos negativos (dos quais violência e pobreza são os citados pelo autor) ou mesmo uma paisagem que esteja deteriorada, se tornam incompatíveis com a atividade turística. Hoje se sabe, conforme será mencionado mais adiante neste capítulo, que, por vezes, justamente esta paisagem deteriorada, ou lugares que possuam uma forte relação com a violência (tanto passada quanto presente) acabam por instigar a curiosidade das pessoas, o que nos leva ao turismo alternativo, que consiste na visita a esses lugares.

Neste trabalho também se faz necessária a explanação da abordagem baseada em sistemas turísticos, que vem a ser, segundo Grechi & Lamberti (2016), uma forma de dividir a atividade em partes menores, facilitando a análise da mesma para diferentes situações, ou, no sentido contrário, pegar as partes e juntar como um todo em um sistema. Um sistema turístico bastante interessante de ser analisado é o de Tribe (1997), onde o autor monta uma análise baseada na epistemologia do turismo. Epistemologia, segundo Lohmann & Netto (2012, p. 19), pode ser resumida como o estudo do conhecimento, e se preocupa em questionar: “(...) *os alicerces teóricos e as questões fundamentais sobre o conhecimento de determinado assunto (...)*”. Para Tribe, a palavra

⁵ RODRIGUES, A. M. **A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental.**

In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da (Orgs.). *Turismo — espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

⁶ YÁZIGI, Eduardo. **Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil.** In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da (Orgs.). *Turismo — espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

“turismo” já é um problema em si, pois é utilizada na linguagem comum, de forma a se perder o seu real significado, bem como pode possuir diferentes significados. O autor utiliza ainda três maneiras de diferenciar o conceito de turismo, sendo elas: o fenômeno turismo, o estudo do turismo e a educação e formação em turismo. O fenômeno turismo seria aquilo que normalmente conhecemos como turismo: sair para passear, para conhecer novos lugares, ou fazer coisas não rotineiras. O estudo do turismo seria a investigação do turismo realizada pela comunidade acadêmica e, por fim, a educação e formação em turismo seria decorrente dos cursos de turismo criados ao redor do mundo (TRIBE, 1997).

Ainda Para Tribe (1997), o turismo pode ser definido como as relações que surgem da interação entre os turistas, as empresas, o governo e as comunidades locais com as cidades receptoras destes meios. O autor diz ainda, que não há qualquer sentido em adotar definições que excluam significados para o turismo.

Para o autor, o estudo em turismo pode ser dividido em dois grandes grupos: o estudo dos negócios de turismo, que ele chama de campo 1 do turismo e o campo 2 do turismo, que não possui um nome definido, mas que é mais que apenas “o que não é pertencente ao campo 1”. Como pertencentes ao grupo 1, podemos destacar as estratégias corporativas do turismo, o marketing em turismo, as leis do turismo e a gestão do turismo. Já no grupo 2, possuímos os impactos ambientais e sociais, e as percepções em turismo. Sobre estes dois grupos, Tribe (1997) coloca ainda as “*ferramentas disciplinares de análise*” que nada mais são que as disciplinas utilizadas para o estudo do turismo, tais como, Filosofia, Economia, Sociologia, Psicologia, dentre outras. Desta forma, no modelo de Tribe existe uma banda criada entre o estudo do turismo e as disciplinas que promovem este estudo, de forma a, segundo o próprio autor, nesta banda possuímos o local onde surge o conhecimento do turismo, onde este conhecimento é criado.

Diomira Faria (2012) faz uma discussão de o que significa o turismo para cada uma das vertentes econômicas que analisam o desenvolvimento, de forma que tomaremos emprestadas algumas de suas observações para aproximarmos ainda mais o turismo da economia. Diomira diz que, para a vertente da teoria da dependência, a periferia ainda estaria ligada ao centro, mas como dependente deste para servir como

porto para a chegada de pessoas de fora da região (leia-se aqui turistas), bem como para as demais atividades econômicas, (FARIA, 2012).

Já para os neoliberais, conhecidos por defenderem a não intervenção do governo na economia, o turismo até pode ser induzido pelo governo, desde que seja através de planos de incentivo para a atividade, por exemplo. Além, disso, para os estudiosos desta vertente o turismo poderia gerar novos empregos, bem como renda, motivo pelo qual se aceita certa intervenção do Estado, já que os resultados obtidos após tal intervenção seriam superiores aos que se atingiria sem a mesma, (FARIA, 2012).

A autora fala também sobre a teoria do desenvolvimento regional, que, obviamente, vê o turismo como uma atividade relevante para o crescimento da cidade, principalmente pela atratividade para empresas, algo que além de renda geraria empregos diretos e indiretos. Uma última vertente analisada pela a autora é a de, por ela chamada, teorias alternativas, que consistiriam em alguns outros tipos de turismo, como o turismo sustentável e o turismo verde, por exemplo. Algo que para Benevides (2002)⁷ (apud Faria, 2012), tem em vista muito mais uma ideologia específica do que uma proteção ambiental de fato, bem como uma parca preocupação com o bem-estar da população local. Já para a autora, o turismo sustentável pode vir a ser interessante para o local em questão, pois o que de fato interessa não é o nome da atividade, mas sim se tal é a mais apropriada para aquela região e para o desenvolvimento a ser alcançado.

Outra característica importante a ser analisada sobre o turismo é o seu produto, ou melhor dizendo, o produto que a atividade turismo origina. Conforme Santos e Kadota (2012) explicam em seu livro, o turismo possui algumas peculiaridades em sua mensuração, de forma a dificultar em grande parte sua identificação. Inicialmente, podemos dizer que a maior parte dos produtos turísticos se baseia em serviços, e não em bens de consumo, de forma que podemos citar como exemplo uma viagem qualquer de uma pessoa, que iniciará por meio de um transporte e passará por refeições, alojamentos e visitas a pontos específicos. Das atividades citadas, a única que poderia ser considerada um bem seria a refeição em um restaurante, já que a pessoa está comendo alguma coisa (e, segundo classificação dos próprios autores, uma regra geral que se pode assumir é a de que serviços são intangíveis enquanto bens são tangíveis), mas mesmo este fato é contestado pelos autores, que articulam dizendo que em um

⁷ BENEVIDES, I.P. **Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local.** In: RODRIGUES, A.B. (Ed.) *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec, 2002. Pág. 23-41

restaurante não se compra apenas a comida, mas também o serviço de atendimento, de forma que este produto também pode ser caracterizado como serviço (SANTOS & KADOTA, 2012). Existe, obviamente, uma parte do turismo que é composta por bens de consumo, que vem a ser a parte composta pelas lembranças compradas pelos turistas nos locais que visitam. Essa parte, claro, também deve ser computada, mas proporcionalmente, se comparada com o restante dos produtos originados pelo turismo (expostos no parágrafo anterior), acaba por se tornar uma pequena parcela do produto total.

Além de possuir como grande parte de seus produtos atividades prestadoras de serviços, o turismo tem sua dificuldade de mensuração aumentada quando analisado o fato de um produto se tornar turístico apenas quando de sua realização por um turista, onde podemos retomar o exemplo do restaurante, que, caso seja utilizado por um habitante local, não será caracterizado como produto turístico e, caso seja utilizado por um turista, se caracterizará como tal. Ou seja, para possuímos uma atividade turística necessitamos sem qualquer falta do turista, algo que faz com que, para os autores, o turismo seja considerado como uma atividade econômica produzida pelo lado da demanda, e não pelo lado da oferta (SANTOS & KADOTA, 2012). Mas o que significa de fato o lado da oferta ou mesmo o lado da demanda? Para melhor explicar tais conceitos recorreremos ao Manual de Economia da USP, mais precisamente a Filho (2011, p. 115), o qual define como *Demanda* “(...) a quantidade de um determinado bem ou serviço que o consumidor deseja adquirir em certo período.” E *oferta* como “(...) a quantidade de um bem ou serviço que os produtores desejam vender por unidade de tempo.” Dessa forma, voltando à análise feita pelos autores, dizemos que a existência do turismo não é decidida pelo ofertante do mesmo (o qual podemos exemplificar como as agências de turismo), mas sim pelo consumidor final, que é quem decide se irá ou não visitar dado local, independente de se lá exista ou não uma estrutura apropriada ao turismo. É decorrente então, dessa visita constante das pessoas a uma localização específica, que passa a surgir a oferta de serviços, ou seja, a oferta se dá somente após a demanda do produto, algo que chamamos de atividade induzida pela demanda.

Para finalizarmos esta primeira seção de nosso trabalho, recorreremos à definição de turismo da professora Margarita Barreto, um dos maiores expoentes da literatura em turismo no Brasil. Para Barreto (1995, p. 13), “*O turismo é uma atividade em que a pessoa procura prazer por livre e espontânea vontade.*”, algo que raramente é

tratado pelos outros autores, que preferem citar que o turismo se baseia em um limitado tempo de permanência e que a visita não deve possuir caráter negocial. Por fim, a autora fala ainda que para o turismo existir em dada região, é necessária uma estrutura de atendimento no local de origem do turista, para que este possa escolher ir para determinado lugar, além disto, é necessário um meio de transporte para que este possa se deslocar até a cidade desejada e um equipamento receptor adequado no destino do turista, ou seja, uma estrutura adequada de atendimento para recebimento dos turistas na cidade que está oferecendo os serviços. (Barreto, 1995).

2.2. Turismo segundo a Organização Mundial do Turismo

A Organização Mundial do Turismo (OMT) teve seus primórdios no ano de 1946, em um congresso realizado em Londres, onde foi decidida a criação de uma organização que substituisse a União Internacional de Organizações Oficiais de Propaganda de Turismo (IUOTPO, na sigla do original em inglês), criada em 1934, mas que foi encerrada durante a Segunda Grande Guerra Mundial. Em 1947 cria-se então a União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO, na sigla do original em inglês). A 27 de Setembro de 1970, em uma assembleia Geral Especial da IUOTO, decide adotar, para a organização, o nome de Organização Mundial do Turismo, extinguindo-se assim a IUOTO. Em 1975 tem-se então a primeira assembleia da OMT, algo que muitos autores consideram como a data de surgimento da Organização. Por fim, em 2003, na XV Assembleia Geral da OMT, ocorrida na China, é aprovada a transformação da OMT em um corpo especializado das Nações Unidas, fazendo com que a sigla oficial da organização, que advinha do inglês “World Tourism Organization”, portanto WTO, adotasse o prefixo UN, referente às Nações Unidas (ou United Nations, no original em inglês).(AJONU, 2012)

Segundo o primeiro manual técnico da Organização Mundial do Turismo, escrito em 1995 (quando esta ainda não era um órgão da ONU) o turismo fica por eles estabelecido como todas as viagens feitas para fora do local habitual do viajante em questão, com objetivo de lazer ou negócios e que dure no máximo um ano. Como local habitual, são entendidos aqueles locais que a pessoa em questão frequenta rotineiramente, seja para trabalho, estudo ou afins, além do entorno de sua própria residência (WTO, 1995).

Para a OMT⁸ o turismo é subdividido e classificado em três diferentes formas básicas, sendo elas: o turismo doméstico, o turismo receptivo e o turismo de saída. O turismo doméstico ficaria definido como sendo o de residentes em dada área de um país viajando para outra área mas dentro deste mesmo país, ou seja, um morador da região sul do Brasil viajando de férias para o nordeste, por exemplo; o turismo receptivo ficaria definido como sendo a chegada de não residentes à determinada localidade, ou seja, quando uma pessoa viaja para conhecer outra cidade ou mesmo outro país, ela está ocasionando, no seu destino, a ocorrência de turismo receptivo; o turismo de saída, por sua vez, fica definido como sendo o de residentes de dada área viajando para qualquer outra região que não aquela, algo que vem a ser o contraponto da forma anterior, pois foca na cidade de origem do turista, e não no destino final do mesmo, WTO (1995).

Outra restrição imposta pela OMT é o conceito de visitante e viajante, enquanto o conceito de viajante é extremamente vago, o de visitante já possui mais restrições, que vêm a ser as relacionadas ao conceito de turismo, já expostas anteriormente, bem como a adição do fato de a visita não possuir razões remuneratórias, ou seja, esta visita não pode ser uma visita a trabalho, deve ser exclusivamente a lazer. Além disso, a OMT não utiliza o termo turista para descrever estes visitantes porque turista costuma ser aquela pessoa que passa a noite no local visitado, enquanto o visitante pode ir apenas passar o dia e voltar para seu local de origem no cair da noite. Por fim, resta apenas dizer que a OMT, também vê o Turismo como uma atividade impulsionada pela demanda, algo que já expusemos anteriormente, WTO (1995).

Conforme ressaltado por Parkman (2014), segundo próprio relatório da OMT de 1994, a mesma elabora definições e classificações acerca do Turismo apenas para fins estatísticos, de forma que não deveria ser tida, pela grande maioria das pessoas, como a “definição oficial do turismo”, já que nem mesmo a organização postula tal status. Mas mesmo que existam opiniões contrárias à relevância das definições da OMT, achamos que se faz necessária a exposição de algumas de suas ideias, pois, por mais que devam ser utilizadas para tratar apenas de questões estatísticas, acreditamos ser necessário conhecer as definições deste órgão, já que o mesmo vem a ser o mais relevante em se tratando de dados acerca do turismo mundial. Além disso, recentemente a OMT passou a ser uma agência das Nações Unidas, algo que eleva seu status e importância

⁸ Embora a sigla em inglês seja atualmente UNWTO, ou seja, *United Nations World Tourism Organization*, no Brasil a Organização Mundial do Turismo é conhecida apenas como OMT, sem o prefixo UN.

consideravelmente. Desta forma, a seguir trataremos sobre algumas definições da OMT acerca do turismo em geral.

2.3. Tipos de Turismo

Um consenso na bibliografia acerca do turismo é o de que existem diversas formas deste se expressar, ou, melhor dizendo, diversos tipos de turismo. Nesta seção trataremos de expor algumas destas diversas classificações da atividade.

Começando então pelas ideias de Barreto (1995), pode-se dizer que o turismo apresenta, inicialmente as três classificações da OMT (o turismo doméstico, o turismo receptivo e o turismo de saída). Partindo então deste ponto, possuímos o *turismo nacional* e o *internacional*, onde o nacional, representa o turismo doméstico, ou seja, a visita a locais dentro do mesmo país que o de origem (englobando duas das classificações anteriores: o turismo doméstico e o receptivo), e o internacional representa justamente o oposto, que vem a ser aquelas visitas para outros países (turismo de saída).

Outra classificação deveras ampla e que serve de base para os outros tipos de turismo, é a de *turismo de massas* ou *turismo de minorias*, que especifica o montante de pessoas que normalmente visitam dado local, ou seja, uma viagem ao corcovado, no Rio de Janeiro é um turismo de massa, pois, além de ser um local amplamente divulgado e conhecido, constantemente recebe um fluxo enorme de pessoas, enquanto uma visita à cidade de Urubici, na serra catarinense, é um exemplo de turismo de minorias, pois embora a cidade possua o ponto habitado mais alto da região sul do Brasil, e um dos locais mais frios do Brasil, é uma cidade pequena e não muito conhecida, onde não existe um grande afluxo de turistas. Barreto (1995) classifica também o turismo em classes sociais, de forma que teríamos o *turismo de classes privilegiadas*, o *de classe média* e o *de classe popular*, que tem relação com os destinos turísticos visitados de acordo com a classe social do visitante.

Classificando a atividade turismo de acordo com sua motivação, teríamos, segundo Barreto (1995) e o próprio Ministério do Turismo Brasileiro (2014), os seguintes tipos de turismo, a serem explicados logo em seguida: *o turismo de descanso*, *de cura*, *religioso*, *gastronômico*, *de lazer*, *profissional*, *o ecoturismo*, *o cultural*, *o de*

estudos, turismo de pesca, náutico, rural, de aventura e o turismo de sol e praia. Podemos incluir também o *turismo político*, exposto por Beni (2007) e o *turismo sexual*, tratado apenas por poucos autores, mas que mesmo assim não deixa de existir .

- O *turismo de descanso* vem a ser aquela viagem de fim de semana ou mesmo em um feriado, para um lugar mais retirado, onde não se tem por objetivo conhecer novos lugares ou novas regiões, tem-se apenas o objetivo do descanso, independente do local de destino.

- O *turismo de cura* é aquele tratado por Barreto (1995) quando da recuperação da história do turismo, algo que também citamos anteriormente, e que podemos exemplificar como o turismo à ilha de Cuba, onde os tratamentos médicos são, além de mais baratos, normalmente mais avançados que nos outros países, NEUMAN (2015), algo que faz com que pessoas diagnosticadas com doenças que demandariam muitos gastos em seu país de origem, ou mesmo que não possuam um especialista em seu próprio país, procurem locais especializados para realização de seu tratamento.

- O *turismo religioso*, seria aquela viagem para conhecer um local “sagrado” para alguma religião, onde podemos citar uma viagem até Jerusalém para se presenciar a peregrinação até o Muro das Lamentações, por exemplo, ou mesmo uma viagem até Roma para ver o Papa no Estado do Vaticano. Como exemplo doméstico podemos citar as viagens para Rio de Janeiro e São Paulo durante a Páscoa, para se presenciar as missas referentes à data nas maiores catedrais do país.

- O *turismo gastronômico* seria aquela visita a lugares em que se tem a cozinha em alta conta, como França e Itália, por exemplo, e a eles se vai por este especial motivo. Um exemplo da região sul que pode ser citado é o vale dos vinhedos, na serra gaúcha, onde existem diversas vinícolas que oferecem degustação de vinhos sucos e espumantes, bem como os caminhos de pedra, ainda na serra, com diversos restaurantes que oferecem um gosto da culinária italiana para os seus visitantes.

- Tem-se como *turismo de lazer* aquele turismo em que se realiza no tempo livre, onde se realiza visitas a lugares que se deseja conhecer, ou mesmo aqueles lugares que já se visitou e conhece mas que são bonitos ou possuem outros atrativos e se deseja visitar novamente. Enfim, é caracterizado pela ocorrência durante o período de folga da pessoa em questão. Uma curiosidade a respeito deste tipo de turismo é que ele vem a ser

mais uma condição do que um tipo propriamente dito, já que todos os outros tipos de turismo se encaixam na condição de serem realizados quando do tempo livre do visitante.

- No *turismo profissional* tem-se o oposto ao de lazer, este vem a ser caracterizado pelas viagens que se realiza a trabalho ou mesmo durante o expediente, este tipo de turismo possui seu maior expoente no *turismo de eventos*, que vem a ser quando se visita outra cidade para um congresso ou mesmo uma feira de exposições, como exemplo podemos citar a Fispal (Feira Internacional de Serviços e Produtos para Alimentação) que ocorre em São Paulo todo ano e reúne dezenas de lojistas e fabricantes de produtos para o setor de todo o Brasil.

- O *ecoturismo*, anteriormente conhecido como turismo ecológico, é uma forma de turismo onde se incentiva a consciência ambientalista e sustentável do cidadão, com rotas por meio de florestas e matas, por exemplo. A ideia básica do ecoturismo é promover a harmonia entre o ser humano e a natureza, promovendo a conservação do patrimônio natural do mundo. É necessário tomar cuidado para não confundir o turismo ecológico com o turismo de aventura, explicado logo a seguir.

- O *turismo de aventura* é aquele tipo de turismo decorrente de atividades de aventura praticadas com caráter recreativo, ou seja, uma escalada em uma cachoeira, uma trilha no meio do mato ou uma descida de rafting por um rio podem ser citados como exemplo. O conceito de aventura utilizado pelo Ministério do turismo brasileiro (MTUR, 2014) vem a ser definido como uma experiência física que envolve desafios e assunção de riscos controláveis, com intuito da sensação de prazer ou liberdade. O turismo de aventura é uma das formas da atividade que mais vem crescendo ao longo dos anos, com cada vez mais pessoas querendo extravasar as tensões do dia a dia em uma atividade que ocasione um pouco de emoção.

- No *turismo cultural* possuímos aquelas viagens realizadas para conhecer a história e a cultura de outros lugares, sendo estas outras cidades ou mesmo países. Com bastante frequência esta categoria de turismo vê seu mote na visita a museus, podendo-se citar também como exemplos, visitas a sítios arqueológicos ou mesmo ruínas de tempos mais remotos. Nesta categoria de turismo, o governo brasileiro inclui ainda o *turismo religioso*, o *místico* (que não deixa de ser uma vertente do religioso, pois acaba por endossar as diversas religiões do nosso país, que não sejam as maiores (católica e

evangélica) tais como espiritismo e umbanda por exemplo) e o *étnico*, que consiste em viagens para conhecer a cultura das diversas etnias existentes no nosso país, MTUR (2014).

- O *turismo de estudos* vem a ser o turismo realizado através de intercâmbios, ou seja, o turismo decorrente de viagens de estudantes a outras cidades ou mesmo países, cujo intuito é de qualificação e ampliação do conhecimento pessoal e profissional. Como exemplos desta categoria podemos citar o intercâmbio esportivo e o universitário. Como exemplo prático podemos citar a MOSTRATEC, uma feira de tecnologia ocorrida na Fundação Liberato, em Novo Hamburgo, que expõe trabalhos e pesquisas de alunos do ensino médio de todo o Brasil e do mundo.

- O *turismo de pesca* consiste nas atividades de pesca amadora, ou seja, pesca com a finalidade de lazer. O turismo de pesca possui diversas classificações e subclassificações, de forma que podemos começar a caracterizá-lo de acordo com sua forma: a forma do turismo de pesca pode ser dividido em embarcada, desembarcada e subaquática, a primeira é realizada com o auxílio de embarcações, ou seja, realizada ao longo de rios ou mares, dentro de um barco ou navio. A pesca desembarcada é realizada sem o auxílio de embarcações, de forma que vem a ser configurada pela pesca realizada às margens de rios, na beira do mar ou mesmo sobre pontes. Já a pesca subaquática vem a ser uma modalidade relativamente nova de pesca, chamada também de caça subaquática, pois consiste no ato de mergulhar atrás dos peixes e caçá-los com a ajuda de um equipamento específico, normalmente um arpão.

Quanto às modalidades de pesca, temos: a de barranco, onde se fica parado na margem do rio (portanto é uma pesca desembarcada); de arremesso, onde se utiliza iscas artificiais; de corrico, onde se permanece com o barco em movimento, para que a isca pareça estar viva (pesca embarcada); de rodada, na qual não se ancora o barco, mas também não se liga o seu motor, simplesmente deixa-se o mesmo seguir a correnteza; e a pesca com mosca, que utiliza iscas semelhantes a insetos. Finalizando, podemos dizer que a pesca pode ser ainda dividida de acordo com seu ambiente, tendo-se assim a pesca em águas marítimas, realizadas em alto mar; a pesca em águas litorâneas, realizada em baías e enseadas; e a pesca realizada na água doce (rios, lagos e açudes) chamada de águas continentais, MTUR (2014).

- O *turismo náutico* se caracteriza pelas viagens realizadas em embarcações náuticas, ou seja, como exemplo podemos citar cruzeiros marítimos e veleiros. O turismo náutico pode ser dividido conforme o local onde ocorre, ficando assim definido como: turismo fluvial (em rios), em represas, lacustre (em lagos) ou marítimo (no mar), e a embarcação utilizada pode ser desde balsas e lanchas a iates e navios. Como exemplo local podemos citar as viagens às cataratas de Foz do Iguaçu, no estado do Paraná.

- O *turismo de sol e praia*, vem a ser, segundo os próprios marcos conceituais do Ministério do Turismo brasileiro, aquelas atividades realizadas na beira do mar, sejam estas de descanso ou recreação, mas que aconteçam sob sol e calor, exclusivamente em uma praia. Este é mais um tipo de turismo que se enquadra no turismo de lazer, já que normalmente se vai à praia no tempo livre ou nos finais de semana. Podemos citar como exemplo as oficinas de danças que têm se popularizado nas beiras de praia nos últimos anos no Brasil.

- O *turismo rural*, tem como característica as atividades desenvolvidas no meio rural, tendo como exemplo a visita às propriedades rurais, com intuito de conhecer mais do meio. Como meio rural o Ministério do Turismo brasileiro cita a destinação da terra, ou seja, é classificada como meio rural aquela terra utilizada em práticas agrícolas.

- O *turismo político*, vem a ser as visitas que se faz a comícios e afins, em época de eleições ou preparação para as mesmas, com intuito de se manter atualizado acerca do partido. De maneira que vem a ser praticado por afiliados a partidos políticos.

- O *turismo sexual* é, segundo Bem (2005), aquele tipo de turismo que possui como motivação principal a prática de sexo por meio dos turistas. Este tipo de turismo é associado, normalmente, a países periféricos e de baixa renda, advindo da prostituição, mas acontece também em países desenvolvidos, como Holanda e Itália, por exemplo. Embora seja uma atividade constantemente negada pelas autoridades, bem como condenada por todos, vários países utilizam desta imagem para propaganda, como exemplo podemos citar o próprio Brasil, país conhecido mundialmente pelo carnaval, onde as pessoas desfilam nuas nas avenidas de samba e usa-se isso para atração de turistas de todo o mundo, que vêm para cá com o intuito de ver a “morena brasileira”.

- Outros tipos de turismo que vem surgindo nos últimos tempos são os *turismos alternativos*, onde se encaixam o *Ghost Tourism*, que em uma tradução livre seria o “Turismo do Sobrenatural”, que vem a ser as visitas a locais ditos assombrados, algo muito em voga devido aos diversos programas de tv que existem sobre o assunto atualmente (HALLOWAY, 2010). Outro tipo alternativo vem a ser o *Film Tourism*, que vem a ser o turismo a locais que presenciaram as gravações de filmes e seriados, e que os fãs desses filmes desejam conhecer, como exemplo podemos citar a visita às colinas neozelandesas, onde foram feitas as gravações do filme “O senhor dos anéis” (REIJNDERS, 2011).

Após expor diversas classificações de turismo, continuamos sem conseguir encaixar os casos de estudo em algo mais concreto, algo que explique melhor sobre o que de fato estamos tratando. Dessa forma, explicaremos agora o *turismo de interesse específico*, que vem a ser a classificação acerca do turismo a qual achamos que melhor representa os casos de Júzcar e de Varginha, justamente por tratar de pontos que não são comuns entre as cidades ou mesmo entre os destinos turísticos.

Pode existir aquela pessoa que diga que o caso de Júzcar, por se tratar dos Smurfs, que advém de um programa televisivo, poderia ser encaixado no *Film Tourism* recém-citado, mas, como o conceito deste tipo de turismo seria que o local tenha presenciado as gravações do filme/seriado, acreditamos que não caiba a comparação, já que, como se verá mais para frente no trabalho, Júzcar não possuía qualquer relação com os Smurfs até ser escolhida para sediar uma estratégia de marketing para a promoção do filme, que inclusive já estava pronto e foi gravado em outra cidade. Ponto pelo qual descartamos o caso de Júzcar como um caso de *Film Tourism*.

A seguir trazemos, no Quadro 1, um resumo com os principais autores abordados até aqui e suas ideias acerca do turismo:

Quadro 1 – Principais ideias de autores escolhidos

Margarita Barreto	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciação entre <i>viagem</i> (algo que apenas implica deslocamento) e <i>turismo</i> (algo que demanda existência de recursos, infraestrutura e estrutura administrativa). - Tipos de turismo.
Ângela Fonseca	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo representa a ocupação do tempo livre, algo que redefine o conceito de turista como não apenas os não residentes de dada localidade, mas também como os residentes em seu tempo livre.
Coriolano & Sampaio	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo representa desenvolvimento, pois aumenta as chances e vagas de emprego, bem como proporciona inclusão social.
Jafar Jafari	<ul style="list-style-type: none"> - Cinco plataformas do estudo do turismo: - Defesa; - Advertência; - Adaptativa; - Conhecimento Científico; - Interesse público.
Elizabeth Loiola	<ul style="list-style-type: none"> - Cinco dimensões de sustentabilidade no turismo: - Ecológica; - Cultural; - Espacial; - Social; - Econômica.
John Tribe	<ul style="list-style-type: none"> Divisão do turismo em três esferas: - Fenômeno turismo; - Estudo do Turismo; - Educação e Formação em Turismo.
Organização Mundial do Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciação entre visitante (aquele que visita) e viajante (aquele que passa a noite no local) - Definição de turismo como todas as viagens realizadas para longe do local habitual

Fonte: Elaboração própria

3. TURISMO DE INTERESSE ESPECÍFICO

Neste capítulo trataremos acerca do turismo de interesse específico (ou turismo de interesse especial, conforme a tradução que se encontra, já que é um termo advindo do inglês “Special Interest Tourism”) uma forma de turismo diferente das apresentadas no capítulo anterior, e na qual se basearão os nossos estudos de caso (Júzcar, na Andaluzia/Espanha e Varginha em Minas Gerais/Brasil).

3.1. Definições e características

Segundo Espinosa et al (2013), o conceito de “Turismo de Interesse Específico” foi cunhado durante a década de 1980, e vem a ser o oposto do turismo de massas (já abordado anteriormente), e se caracteriza pela viagem solitária, quase que desenhada sobre medida para os viajantes, que possuem motivações especiais para a visita de determinados locais.

Hall & Weiler (1992), definem o Turismo de Interesse Específico como aquela atividade ocorrida quando a motivação do visitante se dá primeiramente pelo interesse do mesmo por dada atividade ou assunto específico.

Para entendermos o conceito de “turismo de interesse específico” é necessário, segundo Trauer (2006), dividirmos o termo em duas partes, uma composta pelo subtermo “interesse específico” que, segundo a autora, seria advindo do lazer e seu significado, e o “turismo”, algo plenamente já discutido neste trabalho, mas que resumidamente descrito pela autora, seria a comercialização do lazer. Trauer (2006) cita ainda que o “específico” se resume à experiência vivenciada pelo turista, e não ao ofertado a ele.

Os atrativos para geração de um mercado de turismo de interesse específico podem se relacionar, segundo Zunino & Aravena (2013), com a biodiversidade local, com a natureza, com os territórios, com a cultura local e, principalmente, com a história local. Esta linha de raciocínio também é seguida por Martínez & Aravena (2013), que, utilizando como exemplo o Chile, país onde foi desenvolvido seu trabalho, dizem o

turismo de interesse específico se tratar, primeiramente, de visitas cujo atrativo são a natureza e a paisagem, no que os autores utilizam como exemplo a pesca, cavalgadas, trilhas e caminhadas. E, como segundo ponto, dizem o turismo de interesse específico se preocupar com o desenvolvimento de atividades culturais.

Garin et al (2013) define turismo de interesse específico como as viagens que possuem como fim realizar atividades que expandam o conhecimento cultural, bem como a manutenção da cultura local. Além destas, os autores dizem também pertencerem a este ramo de turismo aquelas atividades que possuam contato direto com a natureza, e que busquem a conservação destes recursos naturais. Os autores dizem também, que o Turismo de Interesse Específico faz referência a atividades que sejam mais que uma simples viagem para conhecer novas cidades ou países, se trata de um turismo mais concreto, com mais valor agregado, ou seja, algo com um interesse mais profundo, não algo superficial como conhecer novas paisagens, por exemplo.

Para Espinosa, Llancaman & Sandoval (2014), o turismo de interesses específicos é constituído por atividades que possuem locais específicos para ocorrerem, como ciclismo, canoagem, alpinismo, surfe, pesca esportiva passeios náuticos, entre outros. Ora, algo que podemos perceber quando da análise do referido trabalho dos autores é que eles definem diversos outros tipos de turismo como turismo de interesse específico, de maneira a estender em demasia a definição da atividade, além de à ela atribuir diversos outros conceitos. Para estes autores, o turismo de interesse específico também se caracteriza por possuir como ponto principal a visita a lugares devido seus recursos naturais, indo ao encontro à posição de Aravena e seus respectivos parceiros, analisados anteriormente.

Cáceres, Kusch & Vila (2015), em um trabalho realizado para a ONG Wild Conservation Society, também veem, como grande parte da literatura chilena encontrada a cerca do turismo de interesse específico, este como grande expoente do “turismo natural”, de forma que a principal característica deste tipo de turismo é a viagem a locais que possuem a natureza como grande atrativo. Baseando-se nesta proposição, é dito uma sequência de vantagens e desvantagens do turismo de interesse específico, sendo elas, *vantagens*:

- Revalorização do Patrimônio Natural

- Promove a proteção da fauna e da flora
- Gera maior atenção aos problemas ambientais
- Maior participação do Estado em iniciativas de conservação dos recursos turísticos.

E como *desvantagens* o trabalho apresenta:

- Perda da biodiversidade
- Aumento da poluição e degradação ambiental
- Urbanização planejada
- Construções e caminhos inoportunos aliados com um número inadequado de visitantes.

Robin et al (2015) dizem que o turismo de interesse específico costuma se dar somente naqueles mercados onde predomina o turista com alto nível cultural e sócio econômico e que já possua uma certa experiência com viagens. Além disto, os autores citam que o mercado deste tipo de turismo costuma ser flexível quanto à época da viagem, justamente por se tratar muito mais de uma viagem histórico-cultural, do que de um evento sazonal ou de uma visita em decorrência de algum feriado específico. Este fato é ressaltado como algo positivo no turismo de interesse específico, pois isto impediria uma queda na atividade turística local.

3.2. Outras classificações

Para Kruja & Gjyzezi (2011), o turismo de interesse específico é visto como uma maneira efetiva e auxiliadora do crescimento econômico de uma região, independente do seu tamanho, além disso, ele se constitui de diversos tipos de turismo, de modo a se configurar em um novo nicho de mercado. Turismo de aventura, rural, cultural, ecológico, culinário e médico são os tipos de turismo descritos pelas autoras que podem se configurar em um caso de interesse específico. Kruja & Gjyzezi (2011) dizem ainda, que o perfil do turista de interesse específico apresenta a curiosidade, o espírito de aventura e a vontade de partilhar experiências como características.

As autoras apresentam ainda, as vantagens do turismo de interesse específico frente aos demais tipos de turismo, sendo elas: Baixo investimento inicial para desenvolvimento do turismo; as atrações já existem, só não foram exploradas da maneira correta; e este tipo de turismo não depende somente do desenvolvimento da infraestrutura da região.

Brotherton & Himmetoglu (1997) dividem a motivação do turismo em duas categorias: Escapar da rotina; ou recompensa a novas experiências. Além disso, os autores propõem, ao estudar o turismo, dividir o mesmo em duas partes, o turismo de interesse específico e o turismo de interesse geral. Além dessa divisão, os autores propõem dividir os *turistas* em três áreas, sendo elas: os turistas de interesses gerais (TIG), os turistas de interesse misto (TIM), e os turistas de interesse específico (TIE), tendo, os três tipos, as seguintes características como suas principais:

- TIG – Estes são a maioria dos turistas, sendo também: sensíveis a preços; viajantes inexperientes e demandantes de acomodações com alta qualidade, além de possuírem como desejo a visita a locais que geram certo status social.

- TIM – Estes são uma parte menor dos turistas, sendo que já experimentaram o turismo de interesse geral e este não mais os agrada. Ademais, estes desejam ser mais aventureiros, mas ainda necessitam de aprovação social na escolha de seus destinos turísticos.

- TIE – Os turistas de interesse específico são a minoria dos viajantes, costumam ser de classe média ou classe média alta, de forma a não serem tão sensíveis a preços. Além disso, possuem altas expectativas em relação ao seu interesse específico, não se preocupando com a sofisticação das suas acomodações. Por fim, estas são pessoas que não se preocupam com o apelo social, de forma a não se importarem com a opinião dos outros acerca de seu destino turístico.

Uma forma interessante de caracterizar e melhor explicar essas tipologias do turista, vem a ser através das retóricas abordadas pelos autores, que ficariam definidas da seguinte forma: Turista de interesse Geral – “*Onde eu gostaria ir?*”; Turista de interesse Misto – “*Onde eu quero ir e o que eu posso fazer lá?*”; e o Turista de interesse Específico – “*O que eu quero fazer e onde eu posso fazer isso?*”.

Brotherton & Himmetoglu (1997) dividem ainda os turistas de interesse específico em quatro tipos, sendo eles: os iniciantes, os entusiastas, os especialistas e os fanáticos. As características destes turistas vêm a serem as seguintes⁹:

- Iniciantes: Como são iniciantes neste tipo de turismo, tendem a ter como forte apelo as divisões de turismo anteriores ao Interesse específico, de modo a procurarem atividades com reconhecimento de outros grupos, por ainda possuírem certa necessidade de aprovação social. Estes viajantes também procuram atividades que são parecidas com seu dia a dia, e demandam certo conforto, já que estão em um estágio transitório entre o turismo de interesse geral/misto e o de interesse específico. Seu conhecimento a respeito da atividade selecionada será baixo, de modo que necessitarão de informações a respeito de quais atividades podem e devem fazer.

- Entusiastas: Um nível acima dos iniciantes, os entusiastas possuem interesses mais claros, além de objetivos melhor especificados. Estes ainda procuram conforto, mas são menos sensíveis à falta deste que os iniciantes, pois contrabalanceiam o conforto com uma maior oportunidade de perseguir seus interesses. Os entusiastas possuem como característica terem, na perseguição da atividade de seu interesse, modificado inclusive sua forma de viver. Além disso, este grupo possui maior autoconhecimento, de forma a saber com maior precisão quais atividades os vai agradar.

- Especialistas: Os especialistas possuem grande conhecimento acerca da atividade de seu interesse, a atividade já faz parte de sua vida, com este provavelmente fazendo parte de algum clube, associação ou algo do gênero. Eles não se importam com o apelo social, buscam seus destinos por identificação ou para atualização acerca de seus interesses. Além disso, os especialistas possuem um claro propósito em suas vidas, de forma a seu destino trazer uma experiência que reafirme suas escolhas.

- Fanáticos: Os fanáticos são extremamente devotos à sua atividade/interesse, normalmente são vistos como excêntricos pela maioria das pessoas e certamente fazem parte de alguma associação acerca do seu interesse. Eles não possuem qualquer apelo social, sendo indiferentes ao que os outros pensam dos destinos de suas viagens. Evidentemente, este é o menor grupo de turistas de interesse específico (BROTHERTON & HIMMETOGLU, 1997).

⁹ As informações a respeito dos tipos de turistas de interesse específico foram retiradas de um quadro organizado pelos autores e redispostas por nós nesta monografia

Trauer (2006), explica que o Turismo de Interesse Específico deve ser visto como parte de um sistema interdisciplinar que comunga a junção do sistema de demanda turística com o sistema de indústrias de fornecimento de atividades turísticas e a mídia (com esta última sendo grande influenciadora do turismo atualmente).

Para Alexandre Panosso Netto e Tatiana Lima Panosso, o turismo de interesses específico é: “(...) *um guarda-chuva que abriga outros tipos de turismo, outras formas, outros segmentos de turismo (...)*”, Netto & Panosso (2013, p. 106). Para os autores, o turismo de interesses específico está profundamente relacionado com o turismo de experiência, que vem a compactuar com o dito por Trauer que expusemos na seção anterior, qual seja, que o “específico” tem a ver com a experiência vivida pelo visitante. Dessa forma, Panosso & Netto, descrevem o turismo como feito de experiências, como algo a ser vivido e experimentado, para que dessa forma se adquira conhecimento, não ‘apenas se viaje para dizer que se viajou’.

Espinosa, Llancaman & Sandoval (2013), classificam o turismo de interesse específico como sendo apenas um turismo de natureza, e o subdividem de acordo com sua motivação, podendo esta ser: o esporte, entrando aqui todos os esportes praticados na natureza, como exemplo podemos citar o esqui, o ciclismo o remo e o mergulho; a aventura, entrando aqui o já tratado por nós como turismo de aventura, cujos exemplos podemos citar o rafting, as escaladas e o paraquedismo; e passatempos e hobbies, cujos exemplos são pesca esportiva e cavalgada, e seria o tratado anteriormente por nós como turismo de lazer.

Segundo outra organização não governamental chilena, a World Wide Fund for Nature (WWF), a criação de um modelo para melhor aproveitamento do turismo de interesse específico é algo fundamental para a gestão sustentável deste tipo de turismo, de modo que a ONG elaborou o modelo que expomos a seguir (WWF, 2014).

O modelo da WWF para um produto de turismo de interesse específico é constituído de quatro componentes, sendo eles:

- *Uma boa governança local*, este componente serve para que o modelo seja implementado com a participação de todos os atores relevantes ao turismo de interesse específico no território analisado. Além disso, uma governança local fortalecida conseguirá uma consolidação maior e mais facilitada do produto final a ser trabalhado.

- *Capacidades Instaladas e Aplicadas*, aqui se procura fortalecer as capacidades e entregar ferramentas de apoio para a implementação do produto de interesse específico, por meio da capacitação dos agentes, através de manuais específicos ao produto final.

- *Produto de interesse específico articulado com o mercado*, é fundamental que o produto de interesse específico possua algum apelo econômico, ou seja, que este possua alguma demanda ou, caso contrário, que se crie a demanda para o mesmo. Desta forma, este terceiro componente do modelo tem a ver com estratégias de marketing, em como se deve criar o apelo para o produto de interesse específico a ser criado.

- *Informação científica vinculada ao produto de interesse específico*, o quarto componente do modelo é algo mais específico para o estudo para o qual este foi criado pela WWF, mas que podemos colocar, em linhas gerais, como informação básica a ser vinculada a respeito do interesse específico, cabendo aqui a divulgação de informações relevantes ao estudo do evento de interesse específico em si.

Gallegos (2014) diz em sua tese de doutorado que é recomendado apelar para uma segmentação psicográfica¹⁰ do turista, caso se queira incentivar o turismo de interesse específico, pois esta dimensão analisa características ligadas aos valores e questões culturais dos indivíduos, justamente o que desejamos quando do incentivo ao turismo de interesses específico.

Para o autor, para que se verifique a proposta de desenvolvimento turístico em uma localidade com possível ocorrência de turismo de interesse específico, necessita-se verificar três pontos, sendo eles: - Se o local é biologicamente aceitável, ou seja, se a localidade é satisfatória e se esta é alocada estrategicamente (vale lembrar que para o autor o grande exemplo deste tipo de turismo é o com relação à natureza, com o mesmo propondo em sua tese a criação de parques nacionais): - Se no local existe a oportunidade econômica, com conseqüente rentabilidade financeira; - Se a proposta é admissível socialmente, ou seja, se esta receberá apoio dos atores sociais e conseqüente aceitação da sociedade.

¹⁰ Termo utilizado no marketing e que consiste na divisão dos perfis analisados devido a algumas de suas características, como estilo de vida, aspectos de personalidade e valores em comum, Kotler (2010)

Complementando sua posição, o autor diz que é necessário um manejo adequado dos recursos turísticos locais, com uma utilização sustentável dos tesouros naturais da região, dizendo que este tipo de turismo é utilizado de forma a buscar o desenvolvimento e a melhora na qualidade de vida da população. Para que a atividade se firme e se construa uma boa imagem do destino turístico, GALLEGOS (2014) diz que é necessário o estabelecimento de uma marca. Uma marca que cria uma identidade territorial e que traga boas lembranças dos que já visitaram o local. Este fato se inclui nas estratégias de marketing a serem adotadas pelas autoridades locais para que a atividade se perpetue, atraindo ainda mais turistas.

É dito ainda pelo autor, que para que possamos configurar um destino turístico viável, necessitamos de três elementos básicos que configurem o território escolhido, sendo eles:

- A configuração de um sistema de estadia e de informação que disponha uma gama variável de serviços ao visitante;

- A definição de uma estratégia no âmbito temático, que inclua os patrimônios culturais e históricos da região disponíveis ao acesso do público, ampliando a visita do turista.

- A definição de programas concretos de ‘animação turística’ que gerem maior impacto nos visitantes, obedecendo às características patrimoniais da cidade. Como exemplo o autor cita festas típicas, excursões, concertos, oficinas e afins. Aqui o autor cita também a importância de uma variação nas épocas das atividades, para que não se realize no local um turismo sazonal, ou seja, que ocorre apenas em dada época do ano.

3.3. Exemplos práticos do Turismo de Interesse específico

Após termos visto as ideias de alguns autores a respeito do turismo de interesse específico, iremos agora ver locais onde ocorreram casos deste tipo de turismo

Kruja & Gjyzezi (2011) analisaram alguns casos de turismo de interesse específico, em dadas cidades, de forma que os traremos para exemplificação da teoria.

Um dos casos é o em East Neuk, no Reino Unido, e outro em Thethi Shkoder, na Albânia.

O caso de East Neuk é relativamente simples em uma análise geral: A região se situa perto de Glasgow e das grandes cidades escocesas e é conhecida pelo artesanato e por sua comida local. Com uma renda não satisfatória advinda do turismo, o conselho da cidade decidiu investir no mesmo, chamando uma empresa de marketing para promoção da região. A empresa sugeriu então a criação de novos produtos turísticos (já que não eram muitos) na região, e a promoção dos mesmos sob a alcunha “A Day in Neuk” tendo como alvo principalmente aqueles turistas que estivessem em visitas a Glasgow e Edimburgo. Além disso, foi feita uma pesquisa acerca de quem eram os visitantes, descobrindo-se que mais da metade deles advinha dos Estados Unidos, e o que eles buscavam, descobrindo aqui que muitos desejavam descobrir as origens de suas famílias. Deu-se, portanto, exatamente o que estes esperavam encontrar, com a região passando a oferecer inclusive serviços de busca às origens dos antigos moradores. Este caso nos denota nada mais que o uso de uma pesquisa de mercado, algo comumente utilizado em uma empresa, mas que, como demonstrado, pode ser utilizado inclusive para o aumento do turismo de uma dada região.

O segundo exemplo é bastante interessante, pois mostra a criação do turismo a partir do praticamente nada, passando pelo boom da região e chegando inclusive na disputa local pelos visitantes, vamos a ele:

Thethi consiste em um povoado nos alpes montanhosos da Albânia, na cidade de Shkoder. Sua população costuma variar, indo de cerca de 100 pessoas no inverno à cerca de 500 durante o verão. Seus moradores sobrevivem da agricultura, restrita ao clima montanhoso. A receita com turismo sequer existia no vilarejo, localizado numa região bastante pobre da Albânia. Então, em 2005, após ser feito um balanço de pontos que pudessem ser explorados turisticamente no vilarejo, foi lançado um projeto que promovia o turismo na região, com o intuito de: - Diminuir a pobreza local; - Diminuir a migração; - Estabelecer um mercado turístico orientado na região, com base nos aspectos culturais da vila; e por fim, - Aumentar o conhecimento da região no resto do país.

Como a região se localiza em uma área montanhosa, utilizou-se isto como fator positivo, promovendo-se escaladas e trilhas no local. Além disso, a escrita de artigos a

respeito da região auxiliou no aumento pela procura da mesma, transformando a região em uma das mais procuradas da Albânia no que se refere a montanhas. Apenas três anos após o início do projeto, a região já estava recebendo mais de 5.000 visitantes por ano, gerando uma renda estimada de mais de 100.000,00 euros. As famílias locais passaram a ceder alojamento em suas casas de pedra (um dos pontos históricos de visita da região), visando inclusive a construção de um hotel no local. Restaurantes foram abertos, os moradores passaram a investir em suas casas, para que estas pudessem ser utilizadas como ponto de repouso dos viajantes, e inclusive aqueles habitantes que não estavam esperançosos com o turismo passaram a querer aproveitar do incremento na renda e do aumento da atividade. Neste ponto a qualidade dos serviços passou a cair, pois aqueles que não acreditavam no turismo não investiram em suas casas, como os outros fizeram, e passaram a também oferecer serviços de pernoites, mas a preços mais baratos e com qualidade inferior de acomodações.

3.4. Modelo de turismo

Conforme o caderno do curso técnico (à distância) em Hospedagem, do Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil (e-Tec Brasil), intitulado de “Planejamento e Organização do Turismo” (trabalho realizado por meio de parceria conjunta entre o Centro de Educação Tecnológica do Amazonas e a Universidade Federal de Santa Catarina), escrito por Novo & Silva (2010), planejamento é imprescindível para que se atinjam objetivos estabelecidos previamente, para que se tenha um rumo o qual seguir. Dessa forma, o trabalho dos professores é uma espécie de guia de como elaborar o planejamento de uma cidade para que esta receba tanto o turismo como os turistas.

O que utilizaremos do trabalho dos autores em nossa análise será o que os mesmos chamam de “inventário turístico”, que engloba todos os aspectos que devem ser apresentados por uma cidade no seu planejamento do turismo, também apresentado por eles como “oferta turística”.

Abaixo listamos os aspectos que pensamos ser mais importantes dentre os muitos citados pelos autores:

Com relação à área da cidade, prestar atenção à localização do município em relação aos outros municípios que estão à sua volta. Aqui se destaca a necessidade de se

prestar atenção em como se dá o acesso ao município de estudo, se existe mais de uma entrada, algo que facilitaria a vinda de viajantes de fora, ou se há apenas uma ponte que liga a cidade a outra, por exemplo. Ainda, se existe aeroporto, rodoviária, ou mesmo um porto, algo que facilite a vinda de pessoas de mais além.

No que tange os aspectos legais da região, destaca-se: como é o código municipal da cidade; os planos diretores que ela possui; como e quais são as leis específicas do município; o código sanitário e quaisquer outras leis que possam a vir afetar a atividade turística.

São citados também os aspectos socioeconômicos, onde se destacam os aspectos demográficos da cidade (algo que se acredita ser apenas para conhecimento daqueles que farão o planejamento) e os aspectos sociais, onde podemos exemplificar os cuidados a serem tomados com a educação, a habitação e a saúde. Nos aspectos econômicos, é interessante saber: quais são os setores que se destacam no município, para que se estabeleça uma política mais direcionada aquele setor específico; a distribuição da população economicamente ativa (mais especificamente aquela empregada no setor turístico); as despesas e receitas da cidade, para que se tenha um controle e uma noção dos gastos a serem efetuados; e como está o mercado turístico atual, se este possui uma demanda relativa à sua oferta.

Os autores chamam atenção também para a infraestrutura básica da cidade, onde devem ser analisadas: a rede de esgoto, o abastecimento de água, a rede de energia elétrica, os sistemas de segurança, bem como a atenção médico-hospitalar e a limpeza pública. Todos estes aspectos, além de serem relativos à infraestrutura da cidade, tem relação com o que a mesma pode oferecer aos seus visitantes, se estes estarão seguros ao irem visitar a cidade de estudo, se estes terão um atendimento médico eficaz caso necessitem, se a cidade é limpa, dentre outras observações. Em suma, se ao visitar a cidade eles terão o mesmo conforto que teriam em sua cidade de origem, ou pelo menos algo parecido com o que estejam acostumados. (NOVO & SILVA (2010)).

O trabalho dos autores possui uma divisão nessa parte em que tratamos, eles chamam os aspectos tratados até agora de *aspectos gerais* e os que trataremos a partir de agora de *aspectos turísticos*. Podemos dizer que os aspectos gerais tratam acerca da cidade em si, do que ela oferece e como oferece em relação à infraestrutura, enquanto os

aspectos turísticos tratam acerca do que a cidade oferece em relação ao turismo em si, de suas atividades turísticas e sua cultura.

Entrando então nos aspectos turísticos, temos os aspectos ambientais, como a tipificação da cidade, se esta fica em uma chapada ou nas montanhas, se possui clima seco ou úmido, quente ou frio, se possui rios, lagos ou mares; e também a identificação dos atrativos naturais atuais e potenciais, aqui já prevendo uma futura receita com a atividade turística.

São tratados também os aspectos histórico-culturais da cidade, onde entra a análise sobre o folclore ou a cultura do município, e como isso pode vir a trazer visitantes para a região. Deve-se atentar também para os acontecimentos que se tem programados para acontecer na cidade ao longo do ano, como festas e eventos, por exemplo.

Com relação ao entretenimento, se deve reparar nas áreas de recreação que a cidade possui disponíveis, bem como estabelecimentos noturnos e cinemas, teatros e afins. Pois por mais que uma pessoa vá a uma cidade para conhecer algo específico, algum ponto pelo qual a cidade é conhecida, ela gostará mais do lugar se este oferecer ainda mais atrativos.

Já nos meios de hospedagem, os autores citam que deve ser apresentada, para o planejamento turístico da cidade, uma classificação desses meios; a quantidade de locais para hospedagem existentes; a taxa de ocupação desses locais, bem como se estes possuem serviços de alimentação; e por fim, a realização de pesquisas com os hóspedes, para saber o motivo da visita e de quais eventos estes participaram.

Na área da alimentação, é necessário classificar os empreendimentos com relação ao seu tipo, se é uma lancheria, um bar, um restaurante ou uma pizzaria, por exemplo; Ver qual é a capacidade de ocupação de cada estabelecimento, para que se tenha uma noção de se a quantidade de assentos será o suficiente para o número de visitantes esperados; o cardápio, que deve ser variado, para que se atenda pessoas de todos os lugares; os dias e horários de funcionamento dos estabelecimentos, para que se saiba se os visitantes serão atendidos em todos os momentos do dia; e, por fim, deve ser apresentado uma espécie de relatório, com os dados obtidos por cada estabelecimento, como número de refeições totais e média de atendimentos por dia, por exemplo.

Como serviços de turismo e apoio ao turista, os autores destacam os serviços de informações; as locadoras de imóveis e de automóveis; as casas de câmbio e os bancos; espaços para eventos; espaços para cultos religiosos; e empresas que organizem eventos, tanto para atração de turistas quanto eventos para os próprios turistas desfrutarem de bons momentos em sua visita.

Por fim, os autores tratam acerca da gestão turística, onde citam que deve ser visto o histórico da atividade turística no município, fato este que pode também servir para análises posteriores de como o turismo se desenvolveu na região; a

s ações realizadas para promoção do turismo, bem como a inserção do município em planos nacionais e estaduais de incentivo ao turismo; ações de marketing para promoção do turismo; e verificação do orçamento destinado ao turismo, se este é suficiente para o que se propõe ser realizado na cidade.

Dessa forma, vimos locais em que se utilizou o turismo de interesse específico para promoção do turismo, que acabaram, neste caso, inclusive por dar certo. Mas e como seria se o específico não fosse relacionado à natureza, como as escaladas e trilhas de Thethi, por exemplo, se este específico se referisse de fato a algo muito específico, como um acontecimento ou algo que tenha sido verdadeiramente criado, não apenas reutilizado de outra maneira (voltando aqui às montanhas da Albânia) ? É exatamente isto que pretendemos descobrir no próximo capítulo deste trabalho, utilizando como estudo os casos de Varginha em Minas Gerais e Júzcar, na Andaluzia.

Novamente recorreremos ao uso de um quadro resumo, caracterizado pelo Quadro 2, para abordarmos, de forma compilada, as principais ideias dos principais autores abordados neste capítulo.

Quadro 2 – Características do Turismo de Interesse Específico segundo autores

Espinosa et al	- Turismo de Interesse Específico como contraponto ao turismo de massas (logo vem a ser turismo de minorias), e é caracterizado pela viagem solitária, “feita quase que sob medida”.
Hall & Weiler	- Forma de turismo dada pela motivação, a visita se dá pelo interesse do indivíduo, não pelo local em si.
Birgit Trauer	- O “específico” se refere à experiência vivida pelo turista, e não pelos serviços prestados a ele.
Garin et al	- O turismo de interesse específico é uma atividade que representa algo mais profundo e possui um valor agregado maior que o turismo comum, que se dá apenas para visitação de novos lugares.
Cáceres, Kusch & Villa	- Vantagens e desvantagens do Turismo de Interesse Específico: - Vantagens: - Revalorização ambiental; - Proteção da fauna e flora; - Maior participação do Estado na conservação dos recursos naturais. - Desvantagens: - Perda da biodiversidade; - Aumento da poluição; - Construções e caminhos inoportunos aliados ao excesso de visitantes.
Brotherton & Himmetoglu	- Divisão dos turistas em: - Turistas de interesse geral; - Turistas de interesse misto; - Turistas de interesse específico, com estes sendo subdivididos em: - Iniciantes; - Entusiastas; - Especialistas; - Fanáticos.
World Wide Fund for Nature	- Pontos a serem buscados para implementação do Turismo de Interesse Específico: - Uma boa governança local; - Capacidades Instaladas e Aplicadas; - Produto de Interesse Específico articulado com o mercado; - Informação científica vinculada ao produto de interesse específico.
Oscar Gallegos	- Pontos a serem verificados em uma localidade para que seja possível a ocorrência do Turismo de Interesse Específico: - Sistema de Estadia e de informações; - Definição de Estratégia temática; - Programas de animação turística.
Novo & Silva	- Aspectos necessários para o turismo: - Gerais: - Área da cidade; Aspectos legais e Socioeconômicos; Infraestrutura. - Turísticos: - Histórico culturais; - Entretenimento; - Hospedagem; - Alimentação; - Serviços de apoio ao turista; - Gestão Turística.

Fonte: Elaboração própria

4. ESTUDOS DE CASO

Neste capítulo analisaremos dois casos bastante específicos de turismo. Casos os quais não conseguimos enquadrar em nenhum dos tipos de turismo pesquisados ao longo do trabalho, e que, na falta de um conceito existente apropriado para descrevê-los, acabou-se utilizando o de “turismo de interesse específico”.

A nosso ver, estes casos acabam por abrir toda uma nova gama de estudo do turismo, justamente por não se enquadrarem em nenhuma das definições que vimos anteriormente. Dessa forma, achamos interessante atribuir, ao menos aos casos aqui estudados, uma nova nomenclatura, que seria a de *turismo de eventos singulares*, devido à particularidade que se possui em ambos os casos. Sendo assim, caracterizamos o *turismo de eventos singulares* como aquele turismo que ocorre em locais que ficaram conhecidos devido a eventos “fora do comum” ocorridos na região, ou seja, eventos não esperados, bem como não relacionados à natureza, e que possuam alguma característica especial, seja esta algo sobrenatural ou simplesmente algo realmente surpreendente, como exemplo citam-se os dois casos que analisaremos neste capítulo.

Primeiramente veremos um caso mais simples, de menores proporções mas que mesmo assim atingiu uma certa magnitude, que vem a ser o do vilarejo de Júzcar, em Málaga, na região da Andaluzia, na Espanha, e o segundo será uma análise um pouco mais aprofundada, de um caso ocorrido no Brasil, que vem a ser a análise da cidade de Varginha, em Minas Gerais.

No caso de Júzcar, reconhecemos que estamos a extrapolar um pouco o conceito anteriormente introduzido (de turismo de interesse específico), já que este caso destoa da definição de Hall & Weiler (1992) apresentada anteriormente, pois dificilmente possuiremos uma pessoa tão aficionada pelos Smurfs a ponto de procurar quaisquer menções aos personagens e viajar a qualquer lugar que faça uma referência aos mesmos (embora existam sim fãs do desenho animado que gostarão de conhecer lugares a ele relacionados). Mas, como acabamos de introduzir uma nova definição, à qual ambos os casos estudados se enquadram (já que a mesma foi construída justamente para que se pudesse abarcar ambos os casos), achamos por bem a mostra de um caso que, conforme veremos a seguir, claramente possuiu um bom aproveitamento econômico, o que vem

justamente a contrastar com o caso de Varginha, que, conforme também veremos a seguir, não possuiu qualquer aproveitamento econômico.

4.1. Vilarejo de Júzcar, Málaga, Andaluzia, Espanha

A vila de Júzcar na Província de Málaga, na Andaluzia, fica a 123Km da capital da Província e a 440Km de Madri, capital do país . Sua população, em 2016 era de 292 habitantes, divididos em um território composto de 33Km de extensão.

A história do vilarejo de Júzcar remonta a muito antigamente, a um período anterior à época árabe do Al-Ándalus (século VIII). Provavelmente como um conjunto dos assentamentos da região, à época da conquista Cristiana a vila surgiu, e passou a se desenvolver, tendo, hoje em dia, como prédio mais antigo a Igreja Paroquial de Santa Catarina, datado de 1505 (Júzcar, 2017).

Como parte da comarca de Serranía de Ronda, Júzcar se viu afetada diante da expulsão dos mouriscos (1609) e dos consequentes repovoamentos realizados na região, que caracterizaram a sua população hoje em dia (Júzcar, 2017).

Em Junho de 2011, Uma agência de publicidade de Madri, que trabalhava em conjunto com a *Sony Pictures Releasing* no lançamento do filme “Os Smurfs”, teve a ideia de pintar uma cidade com as cores dos Smurfs (basicamente azul) para promover o primeiro longa metragem dos “Pitufos” (como são chamados na Espanha). A Vila de Júzcar foi a escolhida, principalmente por se tratar de um vilarejo pequeno, de forma que poderia, após a ação de marketing realizada, ter facilmente suas 175 casas repintadas nas cores originais da cidade, o branco (Júzcar, 2017) .

Eis então, que ao contrário do proposto inicialmente, os moradores do vilarejo decidiram por manter suas casas na cor azul, de forma a poder desfrutar muito mais da alcunha de “El primer Pueblo Pitufos del mundo” e incrementar a renda do vilarejo por meio do turismo (Millán, 2013). Agora conhecidos mundialmente como o primeiro povo Smurf do mundo, os moradores perceberam que poderiam investir neste ponto e atrair visitantes justamente porque suas casas estão pintadas de azul, e que, se voltassem suas casas às cores antigas, voltariam também suas vidas para o antigo marasmo que

somente um vilarejo de menos de 300 habitantes, que recebe apenas poucos visitantes interessados no turismo rural poderia ter.

Dois anos após o lançamento do primeiro filme, foi lançado o segundo filme dos Smurfs, desta vez possuindo como embaixador o jogador de futebol Iniesta, mas que possuiu também, ações de marketing realizadas no vilarejo de Júzcar.

4.1.1. Forma de condução do turismo

Os moradores de Júzcar conseguiram imbuir em suas mentes a ideia de que eles são de fato um “Pueblo Pitufo”. O vilarejo não se contentou apenas em deixar suas casas pintadas na cor azul e esperar os visitantes virem ver a cidade simplesmente por esta ter aceitado pintar suas casas de azul, foram criados monumentos, feitos desenhos nas paredes das casas, abertos restaurantes e lojas com a temática dos Smurfs, teve-se modificados os nomes de estabelecimentos para algo mais parecido ou que lembrasse os Smurfs. Foram criadas atividades temáticas relacionadas aos personagens (MILLÁN, 2013), oficinas para as crianças e inclusive shows dos Smurfs (este no único hotel que existe na cidade).

O gerenciamento do turismo na cidade foi realizado de forma a, no início, fazer com que as pessoas visitassem o vilarejo, no decorrer do tempo, com que as pessoas passassem o dia visitando o mesmo, e, hoje em dia, a cidade atrai inclusive pessoas para passarem a noite no seu hotel ou em uma de suas casas rurais, que agora são utilizadas para outra finalidade que não a para qual foram abertas.

Foi criado também o “Mercapitufo”, um mercado de produtos artesanais voltados todos para a temática Smurf.

4.1.2. Dados atuais e passados do vilarejo

Primeiramente, trazemos abaixo a população de Júzcar ao longo dos anos, bem como sua variação em relação ao ano anterior, para que se entenda que, como se trata de um vilarejo pequeno, não existe grande variação na população do mesmo, com as pessoas que lá residem sendo, normalmente, as mesmas que sempre lá residiram, as vezes deixando o vilarejo sazonalmente e voltando posteriormente. Mesmo assim,

podemos perceber uma queda na mesma até o ano de 2005 e também que o ano de 2011, que vem a ser o ano de acontecimento do evento, é o que apresenta a maior variação positiva da série, próximo de 10%:

Tabela 1 - População de Júzcar

Ano	População (Hab.)	Variação
2000	242	---
2001	227	-6,20%
2002	218	-3,96%
2003	211	-3,21%
2004	201	-4,74%
2005	185	-7,96%
2006	193	4,32%
2007	201	4,15%
2008	205	1,99%
2009	218	6,34%
2010	221	1,38%
2011	242	9,50%
2012	243	0,41%
2013	239	-1,65%
2014	232	-2,93%
2015	238	2,59%
2016	228	-4,20%

Fonte: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía;

*Elaboração própria.

Para demonstrar o crescimento do vilarejo nos anos pós-evento, trazemos a seguir, na tabela 2, o número de estabelecimentos do povoado, bem como os setores em que estes se encontram:

Tabela 2 - Número de estabelecimentos de Júzcar

ANO	Atividade						
	Indústria	Construção	Comércio	Hotelaria	Bancos e seguros	Serviços	Total
2007	1	5	2	3	1	-	12
2008	1	4	1	1	1	-	8
2009	-	4	1	3	1	-	9
2010	1	4	1	3	1	-	10
2011	1	4	1	3	1	-	10
2012	1	4	2	4	-	1	12
2013	1	4	5	4	-	1	15
2014	1	4	6	5	-	1	17
2015	1	3	8	6	-	1	19

Fonte: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

*Elaboração própria

Como podemos inferir da tabela acima, de 2011, que foi o ano em que Júzcar foi pintada de azul, até 2015, último ano de nossa série, o número de estabelecimentos do vilarejo praticamente dobrou, passando de 10 para 19. Embora sejam números significativamente reduzidos, temos um aumento de 90% em apenas quatro anos, algo deveras relevante.

Na tabela 3 a seguir, vemos o número de contratos de trabalho firmados no vilarejo de Júzcar ao longo do tempo¹¹.

¹¹ A divisão dos dados por sexo é meramente a critério de curiosidade, não pretendemos fazer qualquer discussão a respeito do assunto neste trabalho.

Tabela 3 - número de contatos de trabalho de Júzcar

ANO	Nacionalidade	Homens	Mulheres	Total	Total por ano	Variación
2008	Estrangeira	1	3	4	110	---
	Espanhola	64	42	106		
2009	Estrangeira	3	-	3	110	0,00%
	Espanhola	83	24	107		
2010	Estrangeira	1	2	3	129	17,27%
	Espanhola	78	48	126		
2011	Estrangeira	1	2	3	184	42,64%
	Espanhola	120	61	181		
2012	Estrangeira	-	2	2	162	-11,96%
	Espanhola	105	55	160		
2013	Estrangeira	-	3	3	161	-0,62%
	Espanhola	104	54	158		
2014	Estrangeira	-	2	2	246	52,80%
	Espanhola	130	114	244		
2015	Espanhola	117	88	205	205	-16,67%
2016	Estrangeira	5	7	12	165	-19,51%
	Espanhola	92	61	153		

Fonte: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

*Elaboração própria

Como podemos ver na tabela acima, no ano de 2011 tivemos uma variação de mais de 40% no número de contratos firmados em relação ao ano anterior. E embora posteriormente essa variação tenha sido inclusive negativa, no ano de 2014, ano subsequente à segunda adaptação dos Smurfs ao cinema, quando tivemos outra vez a vila de Júzcar em pauta para eventos de promoção do filme, tivemos uma variação ainda maior do que a de 2011. Um fato interessante que deve também ser citado, é a volta constante aos, aproximadamente, 160 contratos anuais, número que aparenta ser o novo padrão do município que, antes do evento, ou seja, nos anos anteriores ao de 2011 era menor que 130. Dessa forma, podemos dizer que, mesmo que tenha apenas uma alta temporária em anos de pico, que vêm a ser os anos de estreia do primeiro filme e ano posterior à estreia do segundo filme do Smurfs, respectivamente, os contratos de trabalho firmados no vilarejo se elevaram a um novo patamar, com um aumento de cerca de 25% no número destes. Além disto, vemos um incremento no número de contratos com pessoas de nacionalidade estrangeira, ou seja, que venha de fora da Espanha, este fato nos demonstra que a demanda do município por pessoas de fora do

vilarejo tem aumentado, algo que caracterizaria a geração de empregos não somente para os locais, mas inclusive para a população de outros locais da Europa.

Por fim, trazemos dados sobre o desemprego no vilarejo de Júzcar, na tabela 4 abaixo.

Tabela 4 - Taxa de desemprego de Júzcar

Ano	Nº de desempregados	Taxa de desemprego
2007	7	10,18%
2008	14	16,78%
2009	13	14,13%
2010	23	24,09%
2011	15	14,25%
2012	14	13,55%
2013	20	20,16%
2014	20	20,91%
2015	17	16,55%
2016	13	13,18%

Fonte: datasmacro.com

Elaboração própria

Conforme pode ser visto na tabela, a taxa de desemprego no ano imediatamente anterior ao do evento beirava os 25% (algo que pode ser a verdadeira razão para que o vilarejo tenha se empenhado tanto em continuar com o turismo recebido após sua divulgação mundial), caindo para menos de 15% no ano de 2011. Além disso, mesmo após uma grande elevação na taxa de desemprego nos anos de 2013 e 2014 (algo que nos mostra que o número de 2010 não era mero acaso), em 2015 a taxa voltou a cair tendo sua segunda menor taxa na série no ano passado.

Com relação a obtenção dos dados de Júzcar, temos que ressaltar que embora seja um vilarejo pequeno, com cerca de apenas 250 habitantes, Júzcar, bem como diversas outras vilas e cidades da província de Málaga, possui um sistema de dados impressionante, disponibilizados pelo instituto de dados de Andaluzia, com grande diversidade de assuntos, temas e opções de análise, algo que torna muito mais simples a comparação do vilarejo com outros vilarejos da província, bem como a comparação entre séries diferentes da mesma localidade.

Este sistema de dados faz inclusive com que seja mais fácil a adoção de políticas econômicas e sociais por parte das autoridades competentes do vilarejo, sendo mais uma justificativa para o sucesso econômico do caso de Júzcar.

4.2. Varginha, Minas Gerais, Brasil

O município de Varginha fica localizado a 320km da cidade de Belo Horizonte, capital do Estado Federativo de Minas Gerais. Encontra-se também, a cerca de 350km de Ouro Preto, cidade mineira muito conhecida por sua participação na história brasileira, e a pouco mais de 125km de São Lourenço, cidade mineira conhecida por suas fontes de água mineral. Citamos estas outras duas localidades por se tratarem de destinos turísticos importantes de Minas Gerais e como representantes de duas áreas de turismo diferentes da analisada neste trabalho, e por estarem a uma distância relativamente curta da cidade de Varginha, algo que poderia ser utilizado para colocar Varginha em uma rota turística para os visitantes desta região mineira. O município conta, atualmente, com uma população de cerca de 123 mil habitantes, de acordo com a estimativa realizada através do censo populacional realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE (2013).

A população é composta majoritariamente pela população que se encontra na região mais abaixo do centro da pirâmide etária, ou seja, por crianças e adultos de até 34 anos. A área territorial do município é de aproximadamente 400 Km², constando, em parte do território, a Mata Atlântica. O PIB da cidade é composto majoritariamente pelo setor de serviços, com este representando mais de 70% do valor total do Produto Interno, IBGE (2013).

Segundo o site oficial da cidade de Varginha, o município possui uma história antiga, que remete à década de 1830, quando este era apenas um pequeno povoado, influenciado pelos costumes portugueses, e se chamava Espírito Santo das Catandivas. O povoado passou então para a posição de *curato* (uma vila que satisfaça às condições necessárias para que se torne um distrito), e posteriormente à de paróquia, quando teve construídos seus primeiros prédios públicos, isso já em 1850, quando recebeu a denominação de Espírito Santo de Varginha. Em 1882, o distrito passou então à condição de cidade, Madeira (2017).

Com a abolição da escravatura, devido à Lei Áurea, em 1888, Varginha, bem como diversas outras cidades do Brasil, recebeu uma grande parcela de imigrantes. No caso de Varginha, a maior parte destes era composta por italianos, que representaram cerca de 80% do total de imigrantes destinados ao município. Já em 1892, com a inauguração da linha férrea, o distrito passou por mais uma onda de desenvolvimento (a anterior foi em 1850, com a construção dos primeiros prédios públicos), e passou a receber suas primeiras empresas e a realizar o calçamento da cidade. Em 1923, o município passou a se chamar apenas Varginha, como é conhecido hoje em dia (MADEIRA, 2017).

O incidente de Varginha ocorreu no período compreendido entre a segunda e a terceira semana de Janeiro de 1996, e consiste, basicamente, na junção de alguns relatos feitos por moradores da região.

Segundo entrevista do ufólogo Marco Petit (quem inclusive escreveu um livro acerca do caso, no qual promete revelar toda a verdade sobre o evento) para o site ‘Globo.com’, O “incidente” teve início no dia 13 de Janeiro, quando se acredita ter caído uma nave alienígena entre os municípios de Três Corações e Varginha. A nave teria então, sido recolhida pelo exército, que acabou por abafar o caso. Já então no dia 20 de Janeiro, uma semana após o primeiro relato, um casal que trabalhavam como caseiros em uma fazenda da cidade afirma que viu uma nave sobrevoando o pasto. Mas, durante essa semana, se presenciou diversas atividades dos bombeiros e militares da região, algo que se acrescentou às histórias de que os militares estavam realizando alguma operação para abafar o caso como um todo (MELO & SILVA, 2016b).

Também no dia 20 de Janeiro, aconteceu o principal fato do tal “incidente”, ao menos o fato que ficou mais conhecido mundialmente: o avistamento do ET. O encontro ocorreu quando três meninas, duas irmãs e uma amiga de ambas, ao voltarem para casa no meio da tarde do referido dia, avistaram uma criatura estranha agachada junto a um muro. A tal criatura tinha grandes olhos vermelhos e pele marrom além de uma cabeça maior que o natural e com protuberâncias. Assustadas e pensando ser o Capeta em frente a elas, as meninas rapidamente voltaram para a casa e contaram tudo à mãe das irmãs, que posteriormente saiu para averiguar o fato e acabou disseminando a história (MELO & SILVA, 2016b).

A relação do dito Capeta, avistado pelas meninas com um ser extraterrestre, se deu posteriormente, quando da junção dos fatos com outros relatos, como o da queda do OVNI, o da visualização da nave pelo casal de caseiros, dentre outros que não mencionamos anteriormente, que seria a morte de alguns animais no zoológico da cidade, logo após um trabalhador do local avistar um ser com as mesmas descrições às das irmãs, e as ditas “capturas” de alguns seres realizadas pelos militares da região.

Obviamente, todo o caso foi negado pelo exército, que alegou que a intensa movimentação de viaturas e bombeiros se deu devido à semana de forte chuva na região, além disso, foi dito também que não ocorreu qualquer captura de qualquer animal no período e, após a conclusão de um inquérito realizado pela Polícia Militar, atribui-se à visão das meninas a um morador da cidade que sofria de distúrbios mentais, que residia em frente ao terreno onde as garotas avistaram o tal ser.

O turismo em Varginha não chegou a ser tão apelativo como, a nosso ver, poderia ter sido. Conforme entrevista de Aloysio Ribeiro de Almeida (MELO, 2016a), no ano de 1996, a verba do município já estava destinada a outra obra, de maneira que a prefeitura não dispunha de capital para investimento na história do ET, fazendo, naquele ano, nada mais que algumas paradas de ônibus em formato de nave espacial. Sucessor, de Aloysio Ribeiro, Antônio Silva, que foi prefeito de Varginha de 1997 a 2000 e atualmente está em seu 4º mandato (primeiro consecutivo) no referido cargo, disse, também em entrevista a Melo (2016a), que, durante seu governo, o investimento no caso do ET não foi, de fato, uma prioridade (algo que se pode notar pelo muito pouco que lembra o ET na cidade: três estátuas do ET e uma caixa d’água em formato de nave espacial). Para ambos prefeitos (atual e ex) o caso deveria ter sido muito mais explorado pela iniciativa privada, não cabendo ao governo municipal fazer todo o investimento para a atração de turistas.

Este pensamento claramente é uma opinião particular das referidas autoridades a cima, pois recentemente, no ano de 2008, um projeto datado da época do incidente, ou seja, do ano de 1996, finalmente foi aprovado (mais de uma década após a proposição inicial), passando-se a construção do mesmo somente dois anos depois, no ano de 2010, trata-se do “Memorial do ET”, obra que pretende abrigar um museu ufológico, com informações principalmente do caso de Varginha, mas também com casos do mundo inteiro, algo que atrairia mais visitantes para a região. Devido a problemas com a

empresa responsável pela construção da edificação (inclusive com a mesma decretando falência em 2011), a obra, após ser iniciada, ficou mais alguns anos parada, e, somente em 2014, após visita da então presidente na época, Dilma Rousseff, voltou-se novamente à construção do memorial. Após novas paralisações, devido à falta de verba, a obra estava programada para ser finalizada ainda neste ano de 2017. A obra é uma parceria entre governo federal e municipal, e custará em torno de R\$ 1,2 milhão de reais.

Podemos ver então, que o investimento realizado no caso do “Incidente de Varginha” foi, na época do acontecimento (1996), muito baixo, passando-se a finalmente se investir no caso somente mais de quinze anos após o mesmo, com uma quantia considerável aplicada na construção de apenas uma obra, e não na mesma quantia dividida em uma série de investimentos, algo que provavelmente traria maior retorno para o turismo da cidade.

4.2.1. Dados da cidade antes e após o evento

Aqui traremos uma série de dados concernentes à cidade de Varginha na década de 1990, com o intuito de demonstrar o investimento realizado na cidade na época do “Incidente”.

Primeiramente, traremos as receitas correntes do município de Varginha, bem como as receitas de Três Corações e Carmo da Cachoeira, municípios limítrofes ao de Varginha (com a cidade de Três Corações sendo conhecida por ser a cidade de nascimento de Édson Arantes do Nascimento, o Pelé), para que tenhamos um comparativo não apenas entre os anos, mas entre municípios da mesma região que façam divisa entre si, de modo a podermos capturar um eventual “vazão do desenvolvimento” para os municípios vizinhos.

A nossa série começará no ano de 1995, pois nos interessam apenas os dados do período próximo ao “Incidente”, acontecido em 1996. Dessa forma, expor os dados anteriores a esta data não se faz necessário (além disso, devido à troca da moeda brasileira no início da década de 1990, os dados obtidos até o ano de 1994 (com ele incluso) são extremamente destorcidos e não críveis, de maneira que coloca-los neste trabalho não surtiria nenhum efeito em nossa análise), e terminará no ano de 2011, pois

além de querermos medir apenas os valores nos anos subsequentes ao do *incidente*, os dados disponíveis nesta série retirada no ‘ipeadata.com’, se encerram neste ano.

Tabela 5 - Receitas correntes dos municípios¹²

Ano	Município		
	Varginha	Três Corações	Carmo da Cachoeira
1995	R\$ 159.915.529,61	R\$ 43.529.969,19	R\$ 7.270.286,74
1996	R\$ 150.850.357,58	R\$ 48.127.234,89	R\$ 9.538.565,91
1997	R\$ 103.857.251,79	R\$ 50.927.372,46	R\$ 8.274.018,48
1998	R\$ 118.105.371,06	R\$ 61.100.770,98	---
1999	R\$ 144.576.688,67	R\$ 68.095.200,09	R\$ 10.801.076,91
2000	R\$ 169.924.198,79	R\$ 73.628.379,68	R\$ 13.347.445,20
2001	R\$ 189.843.489,46	R\$ 75.956.470,39	R\$ 14.183.361,98
2002	R\$ 186.282.403,60	---	R\$ 14.820.004,05
2003	R\$ 200.864.023,59	R\$ 82.818.577,16	R\$ 13.469.697,80
2004	R\$ 209.340.359,63	R\$ 92.592.888,15	R\$ 14.454.850,70
2005	R\$ 185.544.963,14	R\$ 103.854.352,10	R\$ 17.168.623,36
2006	R\$ 241.917.663,26	R\$ 105.602.361,53	R\$ 18.979.536,13
2007	R\$ 259.683.620,74	R\$ 122.976.383,45	R\$ 21.510.046,15
2008	R\$ 278.146.248,69	R\$ 129.711.490,86	R\$ 24.646.462,86
2009	R\$ 286.542.981,93	R\$ 137.904.161,00	R\$ 24.846.212,80
2010	R\$ 314.727.718,08	R\$ 147.563.019,42	R\$ 25.709.137,00
2011	R\$ 329.949.783,61	R\$ 151.094.743,05	R\$ 27.816.848,64

Fonte: Ipeadata;

*Elaboração própria

Podemos ver aqui, que a receita do município de Varginha decresceu no ano de 1996, voltando a cair no ano seguinte, retomando o crescimento de maneira bastante contida dali em diante, de forma que só retomou a um valor próximo do seu valor original (no ano anterior ao *incidente*) no ano de 2000. Podemos ver também, que dentre os três municípios analisados, o de Varginha foi o único que teve receitas correntes decrescentes em dois anos seguidos neste período (sendo que o município de Carmo da Cachoeira, que teve receitas decrescentes no ano de 1997 retornou a um valor maior que o do ano de 1996 já no próximo exercício analisado), algo que fica mais claro na tabela 6, onde vemos a variação nestas receitas.

¹² Os valores da série original do Ipeadata.com foram deflacionados de acordo com o IPCA, para o mês de Junho de 2017 com a ajuda do programa “atualização de valores”, disponível online no endereço eletrônico da Fundação de Economia e Estatística (FEE).

Tabela 6 - Variação nas Receitas Correntes dos municípios escolhidos

Ano	Aumento na receita com base no ano anterior		
	Varginha	Três Corações	Carmo da Cachoeira
1995	---	---	---
1996	-5,67%	10,56%	31,20%
1997	-31,15%	5,82%	-13,26%
1998	13,72%	19,98%	---
1999	22,41%	11,45%	---
2000	17,53%	8,13%	23,58%
2001	11,72%	3,16%	6,26%
2002	-1,88%	---	4,49%
2003	7,83%	---	-9,11%
2004	4,22%	11,80%	7,31%
2005	-11,37%	12,16%	18,77%
2006	30,38%	1,68%	10,55%
2007	7,34%	16,45%	13,33%
2008	7,11%	5,48%	14,58%
2009	3,02%	6,32%	0,81%
2010	9,84%	7,00%	3,47%
2011	4,84%	2,39%	8,20%

Fonte: Ipeadata;

*Elaboração própria

Conforme dito anteriormente, o município de Varginha é o único que apresenta queda das receitas correntes em dois anos consecutivos, com esta chegando inclusive a cair mais de 30% no ano de 1997, se comparado com o ano de 1996.

Quando analisamos o Produto Interno Bruto (PIB) municipal dos três municípios selecionados (Tabela 7), vemos que, em comparação com os anos anteriores, o PIB de Varginha decresce no ano de 1996¹³, enquanto que o do município de Três Corações se eleva no mesmo ano (O PIB de Carmo da Cachoeira também decai, mas como ele tende a sempre se manter em torno dos R\$60 mil, acreditamos que o ano de 1985, no qual o PIB municipal ultrapassou os R\$110 mil, tenha sido uma exceção ao município). Mais um fato que comprova (ainda que muito fracamente, devido à grande diferença de datas na série), que a produção de Varginha não se elevou no ano do incidente.

¹³ Aqui estamos comparando dados do ano de 1996 com dados de 1985, entendemos ser uma comparação pífia, mas não conseguimos uma série que englobasse todos os anos requeridos.

Tabela 7 - Produto Interno Bruto municipal a preços constantes (de 2000)

Ano	Município					
	Varginha		Três Corações		Carmo da Cachoeira	
	PIB municipal	Variação	PIB municipal	Variação	PIB municipal	Variação
1975	R\$ 343.815,90	86,81%	R\$ 207.750,73	70,91%	R\$ 29.669,57	105,41%
1980	R\$ 630.758,48	83,46%	R\$ 266.244,37	28,16%	R\$ 32.390,30	9,17%
1985	R\$ 799.808,12	26,80%	R\$ 356.502,88	33,90%	R\$ 111.865,13	245,37%
1996	R\$ 733.397,29	-8,30%	R\$ 425.985,43	19,49%	R\$ 60.647,93	-45,78%
1999	R\$ 1.133.620,27	54,57%	R\$ 437.674,99	2,74%	R\$ 51.142,04	-15,67%
2000	R\$ 1.026.550,71	-9,44%	R\$ 472.471,78	7,95%	R\$ 44.828,99	-12,34%
2001	R\$ 996.151,36	-2,96%	R\$ 493.870,93	4,53%	R\$ 44.496,86	-0,74%
2002	R\$ 1.043.511,21	4,75%	R\$ 491.432,42	-0,49%	R\$ 53.640,95	20,55%
2003	R\$ 1.036.411,17	-0,68%	R\$ 546.020,17	11,11%	R\$ 50.375,07	-6,09%
2004	R\$ 1.109.706,62	7,07%	R\$ 605.799,53	10,95%	R\$ 48.919,62	-2,89%
2005	R\$ 1.321.113,79	19,05%	R\$ 597.288,06	-1,40%	R\$ 49.532,15	1,25%
2006	R\$ 1.353.592,59	2,46%	R\$ 640.872,91	7,30%	R\$ 50.896,16	2,75%
2007	R\$ 1.631.627,59	20,54%	R\$ 647.178,21	0,98%	R\$ 51.890,55	1,95%
2008	R\$ 1.475.944,32	-9,54%	R\$ 703.510,26	8,70%	R\$ 62.478,88	20,41%
2009	R\$ 1.469.701,24	-0,42%	R\$ 645.109,39	-8,30%	R\$ 55.745,55	-10,78%
2010	R\$ 1.765.304,39	20,11%	R\$ 784.521,97	21,61%	R\$ 62.673,93	12,43%

Fonte: Ipeadata

*Elaboração própria

Segundo Silva & Junior (2013), uma forma alternativa de analisar o desenvolvimento de uma cidade seria através do aumento no número de agências bancárias do município. Se aliarmos a isso o consequente aumento no valor total de aplicações bancárias realizadas nestas agências, podemos ter um parâmetro do desenvolvimento regional. Conforme podemos analisar na tabela 8, o número de agências bancárias em 1996 na cidade de Varginha até aumentou, mas, incrivelmente, dentre os três municípios analisados, o de Varginha foi o único que obteve redução no valor total de aplicações bancárias se comparado com o período anterior, guardadas as devidas proporções nos valores.

Tabela 8 – Valor das aplicações bancárias nos municípios selecionados (Nº de agências bancárias)

Ano	Municípios					
	Varginha	Nº	Três Corações	Nº	Carmo da Cachoeira	Nº
1991	R\$ 87.500,07	11	R\$ 9.829,79	7	R\$ 42,80	1
1996	R\$ 64.314,52	12	R\$ 14.158,49	7	R\$ 1.620,02	1
2000	R\$ 206.342,88	11	R\$ 51.329,21	5	R\$ 230,67	1

Fonte: Ipeadata e Banco Central do Brasil

*Elaboração própria

Com a análise destes dados do município de Varginha, a conclusão que chegamos é que, diferentemente do que pensávamos, ao invés de o ano de 1996 ser para Varginha um “divisor de águas”, um ano que proporcionasse o crescimento da cidade e que atraísse visitantes de todo o mundo para o município, por falta de investimento, tanto do governo municipal, quanto da iniciativa privada, o caso do ET de Varginha passou praticamente batido na história, pelo visto mais distanciando o público do que o atraindo para a cidade. Além disso, foi necessária uma iniciativa do governo Federal (e diga-se, apenas cerca de 15 anos após o caso), com disponibilização de recursos para o município para que se fosse feito algo com relação à visibilidade trazida pelo “Incidente de 1996”, uma visibilidade que talvez hoje, mais de 21 anos após o incidente, provavelmente não trará os mesmos lucros que traria no passado.

Terminando então esta seção, precisamos ressaltar, assim como fizemos para Júzcar, a forma de obtenção de dados com relação ao município de Varginha. É deveras frustrante a falta de dados que poderiam ser utilizados para uma análise mais aprofundada da cidade. Além de existirem apenas poucos dados específicos dos municípios brasileiros, as séries históricas foram iniciadas num período relativamente recente¹⁴, de maneira que não permitem uma comparação precisa com períodos mais antigos. Mas, mesmo que se queira fazer uma análise de um período considerado curto, como exemplo podemos citar uma série de cerca de vinte e cinco anos, a exemplo da nossa, os dados concernentes não são disponibilizados, ou, caso o sejam, são com valores duvidosos, que acabam não podendo ser utilizados como parâmetro para algum índice.

¹⁴ Ao indagarmos à Fundação João Pinheiro, centro responsável pelas estatísticas do estado de Minas gerais, acerca dos dados referentes a anos anteriores ao ano de 1999, obtivemos como resposta a justificativa de que houve uma mudança na metodologia de análise dos dados, o que inviabilizaria a comparação dos dados anteriores a 1999 com os posteriores a esta data.

Esta falta de dados pode ser tomada como mais uma razão para que a cidade de Varginha não tenha conseguido obter um sucesso econômico com o Incidente de 1996, pois assim como nós não fomos capazes de fazer uma análise extremamente correta dos dados antes e após o evento, dificilmente as autoridades competentes conseguiram fazer uma leitura correta do que acontecia naquela época, fato que ajudaria a explicar a falta de investimento no caso, e expectativa de investimento da iniciativa privada.

4.3. Comparação dos casos estudados com o modelo proposto e outras observações

Aqui iremos comparar o visto neste capítulo acerca dos casos específicos que estudamos com o modelo proposto por Novo & Silva (2010), de maneira a tentarmos entender se a teoria justifica o sucesso e o insucesso econômico obtidos nos casos analisados. Analisaremos também, de acordo com os outros conceitos abordados ao longo do trabalho, os dois casos que estudamos.

4.3.1. Júzcar, Andaluzia

Analisaremos ponto a ponto o caso de Júzcar com o modelo proposto por Novo e Silva (2010), iniciando pelo que tange a área do vilarejo: O vilarejo de Júzcar fica em uma região montanhosa da Espanha, em meio a uma densa vegetação, mas as vias de acesso à cidade são amplas e de fácil acesso, de forma que a estrada sinuosa e a localização mais retirada acabam por atrair ainda mais os visitantes, devido à paisagem que pode ser apreciada na viagem.

Os aspectos socioeconômicos, no qual se incluem dados demográficos, educação, habitação, saúde e a distribuição da população economicamente ativa são conhecidos pelas autoridades competentes, já que o vilarejo conta com cerca de apenas 250 habitantes, de forma que se torna fácil o emprego de políticas de promoção do turismo.

Com relação à infraestrutura básica da cidade, novamente somos obrigados a atentar para o tamanho do vilarejo, que com apenas 162 imóveis, torna extremamente fácil a manutenção da rede de água e esgoto. No quesito atendimento médico, o vilarejo deixa de fato a desejar, por não contar com nenhum centro médico, ponto que deverá ser reforçado, já que está se iniciando a ideia de não apenas passar o dia em Júzcar, mas sim o fim-de-semana inteiro no vilarejo.

Dessa forma, dizemos que em relação aos aspectos gerais, o vilarejo de Júzcar consegue atender quase todos os pontos impostos por Novo e Silva (2010), ficando abaixo apenas no que tange ao atendimento médico. Agora analisaremos o vilarejo em relação aos aspectos turísticos propostos pelas autoras.

Os aspectos ambientais do vilarejo foram identificados anteriormente, com atrativos naturais existindo apenas o turismo rural, e como potenciais o caso que estudamos. Com relação aos aspectos histórico-culturais, vimos que a história do vilarejo data de antes do século VIII, um fato que por si só já deveria atrair visitantes para o local. Em relação a eventos a serem feitos ao longo do ano, o vilarejo possui um site próprio que informa as datas das festas que irão acontecer, e ainda, após o evento estudado, passou a realizar feiras e festas temáticas.

O quesito entretenimento talvez seja o que Júzcar mais deixa a desejar, pois com exceção de um bar temático, que foi aberto após o caso dos Smurfs, não existe outra forma de entretenimento no vilarejo.

Em relação à Hospedagem, Júzcar continua com apenas um hotel de fato, mas como pôde ser visto nos dados trazidos anteriormente, o ramo da hotelaria (neste caso estão incluídas pousadas) dobrou após o ano de 2011.

No que tange a área da alimentação e serviços ao turista, o vilarejo de Júzcar possui três restaurantes, sendo um aberto após o ano de 2011, e praticamente não possui algum serviço específico de apoio ao turista (ao menos não os tipos relacionados pelos autores no caderno técnico).

Além do proposto neste modelo, podemos dizer também, que seguindo as ideias de Trauer (2006), Júzcar de fato oferece uma nova experiência para as pessoas que a visitam, com suas atividades relacionadas aos Smurfs e com todo o visual azul do vilarejo.

Já com relação às ideias de Garin et al (2013), pode-se dizer que o caso de Júzcar não se enquadre imediatamente na definição dos autores, pois as atividades oferecidas pelo vilarejo acabam não enriquecendo culturalmente o visitante em um primeiro momento, mas se olharmos para o apelo cultural e histórico do vilarejo, assemelhando aqui ao modelo de Novo e Silva (2010) vemos que o vilarejo pode sim fornecer algum enriquecimento aos seus visitantes.

Se pegarmos o modelo da WWF (2014), podemos dizer que Júzcar seguiu na totalidade metade dos pontos destacados pelo Fundo, pois o vilarejo se destacou na governança local, com o prefeito aceitando a proposta da Sony e depois ouvindo os habitantes quanto a qual decisão tomar com relação à pintura das casas e também possui um produto articulado com o mercado, um exemplo disso é o número de visitantes que o mesmo tem recebido desde o evento de 2011. Com relação às capacidades instaladas e a informação científica vinculada ao produto, podemos dizer que o vilarejo cumpriu, dentro do possível, com o que lhe cabia.

Comparando o evento em Júzcar com o proposto por Gallegos (2014), o vilarejo cumpriu com todos os pontos ressaltados: - Aumentou grandemente seu sistema de estadia; - Definiu de fato uma estratégia temática; - E promoveu diversos eventos de animação turística.

Podemos dizer então, após a análise de todos estes fatos, que o vilarejo de Júzcar já trazia, antes do evento, uma base formada para o turismo, mas que, após o ano de 2011, quando teve suas casas pintadas de azul, incrementou ainda mais estes aspectos, como pudemos ver ao longo deste capítulo. Além do mais, Júzcar acabou cumprindo com grande parte do proposto ao longo deste trabalho, seguindo vários dos pontos apontados por Novo e Silva (2010), Gallegos (2014), WWF (2014) algo que ajuda a explicar o sucesso econômico que o evento de 2011 alcançou no vilarejo.

4.3.2. Varginha, Minas Gerais

Analisaremos agora, conforme fizemos com Júzcar, o caso de Varginha em função do modelo proposto por Novo & Silva (2010) e pelas ideias dos outros autores apresentados ao longo do trabalho.

Começando pela análise da área da cidade, o município de Varginha é localizado em meio ao centro urbano, caracterizado muito mais pela industrialização do local do que propriamente pelo turismo. Mas, seguindo ainda a ideia dos autores, podemos dizer que a cidade se localiza em meio a uma zona turística, conforme a caracterizamos anteriormente. A cidade conta com um aeroporto, embora este não possua um fluxo muito intenso de passageiros, e, além disso, possui um porto seco, utilizado para distribuição de mercadorias e estabelecimento de empresas.

Com relação aos aspectos socioeconômicos, o município conta com diversas unidades de atenção primária à saúde, bem como hospitais e universidades. O setor que mais se destaca na economia é o café, de forma que grande parte das indústrias varginhenses se volta para este ramo de produção. Além disso, o Índice de Desenvolvimento Humano da cidade é considerado alto, um fato a ser destacado pela cidade. (VARGINHA, 2017)

Podemos dizer então, que o município de Varginha possui certo destaque no que tange os aspectos gerais ressaltados por Novo & Silva (2010), já que possui uma ótima forma de ingresso de turistas (aeroporto), possui hospitais e universidades e se destaca por índices elevados de desenvolvimento, tendo como único ponto negativo o fato de se destacar muito mais pela industrialização do que pelo turismo.

Vejamos agora os aspectos turísticos do município de Varginha:

Como meios de hospedagem, a cidade de Varginha possui diversos hotéis em seu território, bem como bares e restaurantes no que tange a alimentação, de forma que classificamos como positiva a cidade neste critério.

Com relação ao entretenimento, no ano de 2016 foi inaugurado o primeiro shopping center da cidade¹⁵, ampliando o número de cinemas do município para dois. Algo que representa o pouquíssimo interesse que se possui em investir no entretenimento na cidade.

No ano de 2011 foram iniciadas diversas atividades referentes ao turismo na cidade, com criação inclusive do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e lançamento do *Alô Turismo*, plataforma que presta serviço de informação ao turista. (Varginha Online, 2011)

A condição histórico-cultural de varginha é praticamente nula, com o município sendo conhecido principalmente pela produção de café e por possuir um dos poucos porto secos do estado de Minas Gerais, sem possuir uma história importante que o caracterize. Com relação ao folclore da cidade e com eventos que poderiam atrair visitantes para o município, Varginha praticamente não os possui, provavelmente por ser uma cidade muito mais voltada para a indústria do que para o turismo.

¹⁵ Que teve como mascote o ET!

No que tange a gestão turística, o município de Varginha nunca chegou a se destacar por esta questão, passando a se preocupar com a mesma apenas no final da década passada, onde podemos apresentar a aprovação do projeto do “Museu do Et” e no início da década atual, onde acabamos de ressaltar as atividades tomadas em 2011.

Dessa forma, podemos dizer que é nos aspectos turísticos que a cidade de Varginha encontra sua principal barreira para conseguir se aproveitar desta atividade, já que não possui outros atrativos para os visitantes, embora nos últimos anos o município tenha começado a se preocupar mais com estes fatos, como demonstram as iniciativas tomadas desde o ano de 2008.

Vendo agora, sob a perspectiva dos outros autores abordados ao longo do trabalho, podemos dizer que:

Como a cidade de Varginha acaba não proporcionando para o visitante nenhuma experiência ou mesmo serviço especial, não podemos analisar a cidade de acordo com as ideias de Trauer (2006), embora pudesse ter sido feito algo realmente interessante, que proporcionasse novas e diversas experiências envolvendo o espaço e seres extraterrestres.

Embora com relação às ideias de Garin et al (2013) também não tenha sido feito nada de concreto, voltamos a dizer que poderiam ter sido tomadas atitudes que trouxessem algum conhecimento para os visitantes.

Com relação ao exposto pela World Wide Fund for Nature (2012), pode-se dizer que não houve uma boa governança local, já que o governo do município praticamente se isentou de realizar qualquer investimento em relação ao evento, sequer questionando os cidadãos sobre o que estes gostariam que fosse feito. Nas capacidades instaladas também não foi realizado nada em prol do turismo no município em questão. Já na articulação do produto com o mercado, embora não se tenha usufruído do ET como um produto, poderia ter sido feita bastante coisa com relação a este ponto, se explorando tanto o ET como o óvni do ser. Por fim, poderiam ter sido realizados eventos que instigassem a curiosidade e passassem informações sobre outros casos semelhantes, sobre a física e sobre a astrologia, algo parecido com o que se tenta fazer hoje, mais de vinte e um anos após o caso, no memorial do ET.

Pelo proposto por Gallegos (2014), nada foi feito por Varginha, não houve incremento no sistema de estadia ou de informações da cidade, não se definiu uma estratégia para promoção do evento, algo que poderia ter mudado fatalmente a história do turismo com relação ao caso do Incidente de 1996, e, por fim, não houve qualquer programação de eventos turísticos baseados no caso do ET.

Sendo assim, podemos dizer que de acordo com todas as ideias apresentadas neste trabalho, Varginha não seguiu qualquer modelo para se aproveitar turisticamente do caso do ET, parecendo inclusive, que não gostaria de se utilizar do caso para elevar sua renda. Além disso, embora a cidade de Varginha não tenha se aproveitado turisticamente da visibilidade conseguida com o caso do ET, os últimos anos demonstram que o município está buscando alternativas para suprir as lacunas que possui nesta atividade, de maneira a, num futuro próximo, incrementar sua renda com esta turismo.

5. CONCLUSÃO

Após a análise de ambos os casos de estudo, sejam eles o vilarejo de Júzcar, em Málaga, na Espanha, e a cidade de Varginha, em Minas Gerais no Brasil, podemos dizer que a criação de um evento pode afetar diferentemente uma cidade, dependendo da importância que a população e mesmo as autoridades governamentais dão para tal evento.

Ao analisarmos o caso de Júzcar, vemos que o desemprego caiu no vilarejo, e, mesmo voltando a subir após o evento, terminou por cair novamente, de forma, que se pode dizer que o evento foi sim um fator positivo para o município neste aspecto. Se pegarmos outro ponto de nossa análise, que vem a ser o número de estabelecimentos no vilarejo, vemos o grande incremento ocorrido após o evento, com inclusive criações de estabelecimentos específicos para a demanda devida ao evento, citando-se estabelecimentos de comércio e hotelaria.

O último ponto que analisamos do vilarejo, que vem a ser o número de contratos de trabalho por ano, também ressalta que houve um incremento na atividade do município, já que tivemos, na comparação entre o ano passado e o de 2010, um aumento de cerca de 25% no número destes.

Podemos dizer então, que se compararmos os dados de Júzcar de hoje com os dados de 2010 e anteriores, o vilarejo possui uma grande melhora em praticamente todos os quesitos por nós analisados, tendo como uma única ressalva a taxa de desemprego, que, em 2007, ficou em cerca de 10%, ponto que deve ser analisado se levarmos em conta que este foi um dos anos em que a população do vilarejo foi a menor da série, e que, em se tratando de apenas duas dezenas de habitantes, qualquer pessoa desempregada faz uma grande diferença na taxa de desemprego.

Outro fator decisivo para o sucesso de Júzcar, foi o apoio de toda sua população para que a história desse certo, bem como o apoio das autoridades competentes do vilarejo, que não tentaram em nenhum momento barrar a ideia da Sony, e, muito pelo contrário, aceitaram prontamente a proposta da produtora.

O caso do município de Varginha é exatamente o oposto ao de Júzcar. No ano do evento ou no ano imediatamente posterior, todos os dados analisados foram menores que aos anteriores ao evento. Começamos nossa análise pela comparação de receitas

correntes, entre a própria Varginha (ao longo dos anos) e mais dois municípios limítrofes à cidade. Se analisarmos somente a o tempo, vemos que em 1996 a receita corrente da cidade até se elevou (cerca de 4%), mas no ano de 1997 esta despencou, caindo aproximadamente 28% com relação ao ano anterior. Se compararmos a cidade com os municípios vizinhos, vemos que a queda tão acentuada nas receitas não se faz presente, com um dos municípios possuindo inclusive um aumento na variação das receitas em ambos os anos e o outro possuindo sim uma queda em 1997, mas que não chega à casa dos 9%.

Ao passarmos para o PIB municipal a preços correntes dos três municípios comparados, vemos que o de Varginha possui decréscimo de pouco mais de 8% em relação com o período anterior analisado, enquanto o de Carmo da Cachoeira se eleva em aproximadamente 20%.

O último ponto por nós analisado, que vem a ser a quantidade de aplicações bancárias dos três municípios em três períodos de tempo distintos, nos mostra mais uma vez que Varginha regrediu no ano de 1996, sendo, dos municípios analisados, o único que apresenta decréscimo neste fator no ano de 1996 quando comparado com o período anterior.

Em Varginha, conforme ressaltado anteriormente, não tivemos praticamente nenhum incentivo governamental quando do ocorrido do evento, com o prefeito incumbindo a iniciativa privada de ser quem deveria ter o feito. Além disso, para usar um pensamento do próprio prefeito de Varginha na época, exposto na mesma entrevista para Melo (2016), “as pessoas só investem naquilo que acreditam”, e para o povo de Varginha, parece que faltou acreditar que o ET poderia dar certo, que a cidade poderia utilizar este evento como um expoente no seu crescimento e desenvolvimento.

Finalmente, diferente do caso de Júzcar, onde podemos dizer que o evento foi bem aproveitado economicamente, pois elevou os indicadores por nós analisados neste trabalho, podemos dizer que em Varginha o evento não foi bem aproveitado economicamente, já que todos os indicadores que analisamos acabaram por decrescer no ano do evento ou no ano subsequente ao ocorrido.

Como conclusão de nosso estudo, podemos dizer que, se uma cidade decidir criar um evento para incitar seu desenvolvimento, ela pode sim obter crescimento

elevando sua renda advinda do turismo e incrementando seu comércio, mas, para que isso ocorra, é necessário comprometimento tanto dos cidadãos, entrando aqui também a iniciativa privada, quanto das autoridades governamentais. Além disso, é necessário também um planejamento prévio, dado que em Júzcar a cidade teve tempo para se planejar e já estava preparada para o que aconteceria, já que o evento foi, sem dúvida alguma, criado. Entretanto em Varginha, como podemos dizer que o evento não foi criado do nada, já que se baseou em relatos, notícias e inclusive atividades militares ocorridas em um dado período, a falta de um planejamento para o instante imediato pós-evento foi fundamental, a nosso ver, para que a cidade não conseguisse aproveitar o evento para elevar seu turismo e suas condições.

Um ponto a ser ressaltado, é que em Varginha, por se tratar justamente de um fato que a população não sabe ao certo se é real ou ilusório, bem como tendo contado com participação militar, assumimos que é realmente complicado investir imediatamente em propaganda para uma situação como esta, algo que talvez explicaria a falta de investimento no assunto.

REFERÊNCIAS

- AJONU, Associação de Jovens ONU Brasil, 2012, Disponível em: <<https://ajonu.org/2012/10/17/organizacao-mundial-do-turismo-omt/>> Acesso em: 12 de Fevereiro de 2017.
- BARBOSA, Leonardo Holst. **Influências do setor turístico em uma economia**, Brasil, 2010. Trabalho de conclusão (Graduação em Ciências Econômicas) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**, Campinas, Editora Papirus, 2001.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**, Campinas, Editora Papirus, 1995.
- BEM, Arim Soares do. **A dialética do turismo sexual**. Campinas, Editora Papirus, 2005.
- BRASILEIRO, Maria Dilma Simões. **Desenvolvimento e turismo: para além do paradigma econômico**, In BRASILEIRO, Maria Dilma Simões; MEDINA, Julio Cesar Cabrera; CORIOLANO, Luiza Neide. Turismo, Cultura e desenvolvimento, Editora da Universidade Estadual da Paraíba, Brasil, 2012.
- BROTHERTON, Bob; HIMMETOGLU, BÜLENT. **Beyond destinatio – Special Interest Tourism**. Anatolia: An International Journal of Tourism Research, v. 8, n. 3, p. 11-30, 1997.
- CÁCERES, B.; KUSCH, A.; VILA, A. **Manual de buenas prácticas para el turismo de intereses especiales em ecosistemas marinos y costeros australes**. Wildlife Conservation Society Chile, 2015.
- CLAROS, Mariangeles. **Júzcar, el primer Pueblo Pitufu**. Artigo do site: vacaciones España, 2014. Disponível em: <<https://www.vacaciones-espana.es/Juzcar/articulos/juzcar-el-primer-pueblo-pitufu>> Acesso em 21 de Julho de 2017
- CORIOLANO, Luzia Neide; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como adoção**, In BRASILEIRO, Maria Dilma Simões; MEDINA, Julio Cesar Cabrera; CORIOLANO, Luiza Neide. Turismo, Cultura e desenvolvimento, Editora da Universidade Estadual da Paraíba, Brasil, 2012.
- DATOSMACRO.COM, Portal de dado a respeito da Andaluzia. disponível em: <<http://www.datosmacro.com/paro/espana/municipios/andalucia/malaga/juzcar>> Acesso em 24 de Junho de 2017.
- ESPINOSA, Alejandro et al. **Diseño de circuitos de turismo de intereses especiales basado em recursos naturales, culturales e históricos**. In: EDELSBERG, Hugo Zunino; PAILLALEF, Gustavo Aravena; ANGULO, Julio Tereucán. Turismo de Intereses Especiales, Gráfica Metropolitana, Chile, 2013.

ESPINOSA, Alejandro; LLANCAMAN, Leonardo; SANDOVAL, Héctor. **Turismo de intereses especiales y parques nacionales**. Estudios y perspectivas em turismo, v. 23, p. 115-130, 2014.

FARIA, Diomira M. Cicci Pinto. **Desenvolvimento e Turismo: uma abordagem conceitual**. Belo Horizonte, UFMG, CEDEPLAR, Texto para discussão nº462, 2012.

FEE - Fundação de Economia e Estatística. **Atualização de valores**. Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/servicos/atualizacao-valores/>> Acesso em 6 de Julho de 2017

FILHO, André Franco Montoro. **Teoria Elementar do Funcionamento do Mercado**. In: PINHO, Diva Benevides; VACONCELLOS, Marco Antônio S. de; TONETO JR., Rudinei. Manual de Economia – 6ed – São Paulo, Saraiva, 2011.

FONSECA, Ângela Catarina Duarte. **Seia, onde tudo parece nada... O turismo como factor de desenvolvimento económico.2010**. Dissertação (Mestrado em Lazer, Patrimônio e Desenvolvimento) – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra Portugal, 2010.

GALLEGOS, Oscar Fernando Basulto. **Comunicación imaginada y turismo de intereses especiales**. Tese (Doutorado em sociologia) – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidade de Santiago de Compostela, Chile, 2014.

GARÍN, Alan; et al. **La importancia del paisaje em la valoración de los recursos turísticos: el caso de la araucanía lacustre**. In: Turismo de Intereses Especiales, Gráfica Metropolitana, Chile, 2013.

GRECHI, Dores Cristina; LAMBERTI, Eliana. **Sistema turístico, dinâmicas territoriais e as possibilidades de desenvolvimento: algumas reflexões**. Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo, v.5, n. 7, p. 141-163, 2016.

HALL, M.; WEILER, B. **What's special about special interest tourisms?** In B. Weiler & C.M. Hall, **Special Interest Tourism**. Editora Bellhaven, 1992.

HALLOWAY, Julian. **Legend-tripping in spooky spaces: ghost tourism and infrastructures of enchantment**. Environment and Planning D: Society and Space, v. 28, p. 618-637, 2010.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2013. Disponível em: <<http://ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?lang=&codmun=317070&search=minas-gerais|varginha|infograficos:-dados-gerais-do-municipio>> Acesso em 15 de Maio de 2017.

Instituto de Estadística e Cartografía de Andalucía, disponível em: <<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/>> Acesso em: 18 de Junho de 2017.

Ipeadata.gov, disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/Default.aspx>> Acesso em: 18 de Junho de 2017

JAFARI, Jafar. **El turismo como disciplina científica: The Scientification of Tourism**. Política y Sociedad, v. 42, n. 1, p. 39-56, 2005.

Júzcar. **Ayuntamiento de Júzcar**. Site oficial do vilarejo de Júzcar. Disponível em: <<http://www.juzcar.es/es/Municipio/Historia/>> Acesso em: 9 de Junho de 2017

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: A edição do novo milênio**. Editora Pearson Prentice Hall, 10 edição, São Paulo, 2000.

KRUJA, Drita; GJYREZI, Albana. **The Special Interest Tourism Development and the Small Regions**. In: Turizam, v. 15, n. 2, p. 77-89, 2011. Disponível em: <http://www.dgt.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol_1502_3.pdf>, Acesso em 12 de Março de 2017.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do Turismo: Conceitos, Modelos e Sistemas**. Editora Aleph, São Paulo, 2012.

LOIOLA, Elizabeth. **Turismo e desenvolvimento local sustentado**. In Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 38, n. 5, p. 817-850, 2004.

MADEIRA, Marcus. **Prefeitura de Varginha (MG)**. 2017. Disponível em: <<http://www.varginha.mg.gov.br/a-cidade/historia>> Acesso em 1º de Junho de 2017.

MARTÍNEZ, Pablo; ARAVENA, Gustavo. **Sistema Turístico, actores y complejidad territorial: el caso del área de influencia de Pucón, Región de la araucanía – Chile**. In: EDELSBERG, Hugo Zunino; PAILLALEF, Gustavo Aravena; ANGULO, Julio Tereucán. Turismo de Intereses Especiales, Gráfica Metropolitana, Chile, 2013.

MELO, Régis; SILVA, Samantha. **ET de Varginha: “Tentaram acobertar a verdade”**, diz ufólogo Marco Petit. 2016, artigo do site ‘globo.com’, disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2016/01/et-de-varginha-tentaram-acobertar-verdade-diz-ufologo-marcos-petit.html>> Acesso em: 15 de Junho de 2017.

MILLÁN, Álvaro Lopez. **Los Pitufos levantan la economía de Júzcar (Málaga)**. 2013. Disponível em: <http://www.eldiario.es/andalucia/pitufos-juzcar-turismo-malaga_0_160284387.html> Acesso em 18 de Junho de 2017.

Ministério do Turismo (MTUR). **Plano Nacional de Turismo – O turismo fazendo muito mais pelo Brasil: 2013-2016**. Brasil, 2012. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf> Acesso em: 26 de Janeiro de 2017.

Ministério do Turismo (MTUR). **Marcos Conceituais**. Brasil, 2014. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf > Acesso em: 2 de Novembro de 2016.

NEUMAN, Willian. **Reatamento abre porta para “turismo médico” de americanos em Cuba**. The New York Times, edição de 23/02/2015, disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/the-new-york-times/2015/02/23/saude-em-cuba-pode-atrair-turistas-norte-americanos.htm> Acesso em 11 de Fevereiro de 2017.

NETTO, Alexandre Panosso; PANOSSO, Tatiana Lima Sarmento. **Turismo de interesses especiais, turismo de base comunitária, turismo de experiência e outros ‘novos turismos’**. In: EDELSBERG, Hugo Zunino; PAILLALEF, Gustavo Aravena;

ANGULO, Julio Tereucán. Turismo de Intereses Especiales, Gráfica Metropolitana, Chile, 2013.

NOVO, Cristiane Barroncas Maciel; SILVA, Glaubécia Teixeira da. **Planejamento e organização do turismo**. Centro de educação tecnológica do Amazonas, Brasil, 2010.

PARKMAN, Elbio Troccoli. **Sobre as definições de turismo da OMT**: uma contribuição à história do pensamento turístico. XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Ceará, 2014. Disponível em:<http://www.anptur.org.br/novo_portal/anais_anptur/anais_2014/arquivos/DFP/DFP1/034.pdf>, Acesso em:29 de Outubro de 2016.

REIJNDERS, Stijn. **Stalking the count. Drácula, Fandom and Tourism**. Annals of tourism research, v. 38, n. 1, p. 231-248, 2011.

REJOWSKI, Mirian. **Teorizações do turismo em direção a novas abordagens**: Uma discussão Preliminar. In Anais ANPTUR, São Paulo, ANPTUR, 2015. Disponível em:<http://www.anptur.org.br/anptur/anais/v.11/DFP1_pdf/40.pdf> Acesso em: 16 de Janeiro de 2017.

ROBIN, Cristóbal Fernández; et. Al. **Turismo de Interes Especiales**: Investigación de mercado sobre las motivaciones desde la perspectiva del cliente. In Revista Internacional de Administración & Finanzas, v. 8, n. 1, p. 51-68, 2015.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; KADOTA, Décio Katsushigue. **Economia do turismo**. São Paulo, editora Aleph, 2012.

SILVA, Guilherme Jonas Costa da; JUNIOR, Frederico G. Jayme. **Estratégia de localização bancária**: teoria e evidência empírica aplicada ao estado de Minas Gerais. Economia e Sociedade, v. 22, n. 3, p. 729-764, 2013.

SILVA, Samantha; MELO, Régis. **ET de Varginha**: caso completa 20anos com mistérios e incertezas. 2016a, artigo do site globo.com, disponível em:<<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2016/01/et-de-varginha-caso-completa-20-anos-com-misterios-e-incertezas.html>> Acesso em: 12 de Junho de 2017.

SILVA, Samantha; MELO, Régis. **ET de Varginha**: investimento em turismo segue tímido' após 20 anos. 2016b, artigo do site globo.com, disponível em:<<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2016/01/et-de-varginha-investimento-em-turismo-segue-timido-apos-20-anos.html>> Acesso em: 12 de Junho de 2017.

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

TRAUER, Birgit. **Conceptualizing special interest Tourism – frameworks for analysis**. Tourism Management, v. 27, p. 183-200, 2006.

UNITED NATIONS. **International Recomendations for Tourism Statistics**, New York, 2010 .

Varginha.mg.gov – Prefeitura municipal de Varginha. 2017. Disponível em:<
<http://www.varginha.mg.gov.br/>> Acesso em 1º de Julho de 2017.

Varginha Online – Site de notícias acerca da cidade de Varginha, MG. Disponível em:<
m.varginhaonline.com.br/noticias/exibe_noticia.asp?id=166504> Acesso em: 6 de Julho de 2017.

VASCONCELOS, Daniel Arthur Lisboa de. **Conceitos e Modelos em Turismo:** uma evolução do reducionismo aos sistemas turísticos. In Visão e Ação vol.7 nº1 p 155-171, abril 2005 Disponível em < <http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/541/468>> Acesso em: 28 de Outubro de 2016.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Concepts, definitions and classifications for tourism statistics**, Editora da Organização Mundial do Turismo, Espanha, 1995.

World Wide Fund for Nature (WWF). **Modelo de gestión de un producto de turismo de intereses especiales em Quellón, región de Los Lagos**. Chile, 2014 Disponível em: <http://www.wwf.cl/noticias/publicaciones/?226516/Modelo-de-Gestin-de-un-Producto-de-Turismo-de-Intereses-Especiales-en-Quelln-regin-de-Los-Lagos>> Acesso em: 23 de Março de 2017.

ZUNINO, Hugo; ARAVENA, Gustavo. **Los circuitos integrados y el fomento de la actividad turística:** Fundamentos para modelar y moldear la movilidad de los individuos. In: EDELSBERG, Hugo Zunino; PAILLALEF, Gustavo Aravena; ANGULO, Julio Tereucán. Turismo de Intereses Especiales, Gráfica Metropolitana, Chile, 2013.