

**Universidade Estadual do Centro Oeste**  
**Setor de Ciências Sociais Aplicadas**  
**Departamento de Turismo**  
*Campus de Irati*

**Melânia Zampronho Ferronato**

**Comparação de duas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos urbanos no município de Irati-Pr, a saber: a da SETU (Secretária do Estado de Turismo do Paraná); e a da CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística)**

**Irati**

**2009**

**Universidade Estadual do Centro Oeste**  
**Setor de Ciências Sociais Aplicadas**  
**Departamento de Turismo**  
***Campus Irati***

**Acadêmica: Melânia Zampronho Ferronato**

**Comparação de duas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos urbanos no município de Irati-Pr, a saber: a da SETU (Secretária do Estado de Turismo do Paraná); e a da CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística)**

Monografia apresentada ao curso de Bacharel em Turismo, da Universidade Estadual do Centro Oeste, como requisito para obtenção de título de Bacharel.

Orientadora: Prof<sup>o</sup> Ms. Poliana F. Cardozo

**Irati**

**2009**

## Agradecimentos

**O meu mais profundo agradecimento a muitas (tantas!) pessoas.**

A minha orientadora, **Prof. Ms Poliana Fabíula Cardozo**, que sempre ofereceu sua total atenção, dedicação e paciência;

aos componentes da banca de defesa de curso, **Prof. Ms Poliana Fabíula Cardozo**, **Prof. Ms Diogo Fernandes Lürdes** e **Prof. Ms Ronado Maghanhoto**, pela indicação dos caminhos a seguir;

ao Governo do Paraná, em especial a **SETU (Secretária de Estado de Turismo)**, que detalhou a base de cada matriz de avaliação e hierarquização;

a **Prefeitura Municipal de Irati** que forneceu dados de cada atrativo turístico analisado, meus sinceros agradecimentos;

a minha família, em especial minha mãe **Evanilde Ap. Z. Ferronato** e ao meu pai **João Luis Ferronato**, por todo o apoio, desde sempre nos momentos mais difíceis;

as amigas **Luana Baldissera** e **Luciana Tonon** pela ajuda na hora da aplicação das metodologias;

a **Prof. Márcia Maria Esculápio** e o **Prof. Anuário Bobak** pelas correções gramaticais e traduções específicas;

e a todos os demais **amigos e familiares**, cujo nomes prefiro omitir dada a quantidade e o risco de cometer mais injustiças ao esquecer de alguém, pela força e paciência nos momentos de ausência.

*“A tendência da humanidade é a de se concentrar nas grandes cidades, o que torna esses núcleos humanos muitas vezes fonte de violência e neurose urbana”.*

Margarita Barretto, 2005

## RESUMO

O trabalho de conclusão de curso visou reunir dados para à comparação de duas metodologias de avaliação e hierarquização, aplicadas no município de Irati-Pr. A primeira etapa da metodologia de pesquisa foi desenvolvimento por meio de pesquisa em livros e periódicos na área de estudo, com a intenção de compreender os conceitos norteadores do trabalho: planejamento turísticos, atrativos turísticos, diagnósticos, inventários, avaliação e hierarquização de atrativos turísticos; a segunda pesquisa foi documental. Acesso a documentos como Inventário Turístico Municipal para levantar os atrativos urbanos a serem abordados no estudo; as metodologias da CICATUR e SETU; e a terceira etapa foi de coleta de dados em campo, aplicação das metodologias em perspectiva da CICATUR e SETU. As metodologias selecionadas para cumprir o objetivo geral eram o de avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos urbanos de Irati-Pr, sendo elas: da CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística), organizada pela OMT (Organização Mundial do Turismo), e a da SETU (Secretaria de Estado de Turismo do Paraná) pelo MTur (Ministério do Turismo). Assim, os objetivos específicos da pesquisa eram o de identificar os pontos fortes e fracos de ambas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos; e avaliar ambas. Contando com os objetivos, surge a questão norteadora do trabalho que era, as metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos estudados atendem às necessidades do planejamento turístico? Todo os dados das metodologias comparadas pode criar uma nova metodologia de pesquisa, com o fundamento feito nas atuais analisadas. Pesquisa efetuada pode chegar uma conclusão da importância que a avaliação e hierarquização têm para o planejamento organizacional do turismo. Detalhando com essa conclusão que a metodologia da SETU é a melhor, porque ela seleciona maiores características para aplicação em qualquer localidade.

**Palavras-chave:** turismo, planejamento, avaliação e hierarquização, Irati-Pr

## ABSTRACT

The concluded work of the course has seen the compensation of two evaluation and hierarchical methodologies, applied in the city of Irati-Paraná STATE (BRAZIL). The first phase of the searching methodology was developed by searching the books and periodical in the area of study, in the intention of understanding the followers concepts of work: touristic plans, touristic attractions, diagnostics, inventories, evaluation and hierarchical tourist attractions; the second plan was documental searching. The access to documents like localic Tourist Inventory to prepare the urban attractions being boarded in the study; the CICATUR and SETU methodologies; and the third plan was the data collect in the field, application of methodologies to fulfill the general objective were the evaluation and hierarchical of urban tourist attractions of Irati-Pr, being as: CICATUR (Tourist Capaciousness Interamerican Center), organized by OMT (Tourist World Organization) and SETU (Secretary of the State of Tourist from Parana) by MTur (Ministry of Tourism). So the specific objectives of search were to indetify the strong points both of hierarchy and tourist attraction evaluation methodologies; identify the weak points of both hierarchy and tourist attraction evaluation methodologies. Taking the objectives, it appears the inquiry followers of work that was the evaluation and tourist attractions hierarchy methodology studied attend the necessities of tourist plan? All the facts of methodologies compared can create a new searching methodology, with the fundament made in the nowadays analyses. With the search made can get an important conclusion that the evaluation and hierarchical have to the organizational plan of tourism.

**Key Word:** Tourism, Plan, Evaluation and Hierarchical, Irati-Parana STATE

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem Nossa Senhora das Graças.....	43
Figura 2: Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha.....	44
Figura 3: Centro de Tradições Willy Laars.....	44
Figura 4: Praça Etelvina Gomes.....	45
Figura 5: Praça da Bandeira.....	45
Figura 6: Praça Edgard Andrade Gomes.....	46
Figura 7: Igreja Nossa Senhora da Luz.....	46
Figura 8: Igreja São Miguel.....	47
Figura 9: Igreja Imaculado Coração de Maria.....	47
Figura 10: Casa da Cultura.....	48
Figura 11: Praça Madalena Anciutti.....	48

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Etapas de organização de inventários.....	27
Quadro 2: Organização de pontuação pela CICATUR.....	35
Quadro 3: Rodoviário.....	36
Quadro 4: Aéreo, Marítimo/Fluvial, Ferroviário.....	36
Quadro 5: Pontuações para análise de transporte.....	37
Quadro 6: Pontuação perante a metodologia da SETU.....	37
Quadro 7: Organização de pontuação pela SETU.....	39
Quadro 8: Dados da CICATUR.....	49
Quadro 9: Dados da SETU.....	50
Quadro 10: Resultados, comparados.....	51
Quadro 11: Variáveis em comum.....	58
Quadro 12: Comparação das metodologias.....	61
Quadro 13: Nova metodologia de avaliação.....	68
Quadro 14: Nova metodologia de hierarquização.....	69
Quadro 15: Dados da nova metodologia.....	70
Quadro 16: Atrativo Centro de Tradições Willy Laars.....	79
Quadro 17: Avaliação da Imagem Nossa Senhora das Graças.....	80
Quadro 18: Avaliação de atrativos turísticos urbanos perante a metodologia da CICATUR, no município de Irati-Pr.....	81



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>17</b>
3.1 PLANEJAMENTO E COMPONENTES.....	19
3.1.1 ANÁLISE DO DIAGNÓSTICO PARA O PLANEJAMENTO...23	
3.1.2 ANÁLISE DE INVENTÁRIO PARA O PLANEJAMENTO.....26	
3.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	29
3.3 AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO.....	31
3.4 METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS URBANOS SEGUNDO A CICATUR (CENTRO INTERAMERICANO DE CAPACITAÇÃO TURÍSTICA) E A OMT (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO).....	34
3.5 METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS URBANOS SEGUNDO A SETU (SECRETÁRIA DE ESTADO DE TURISMO) E O MTUR (MINISTÉRIO DO TURISMO).....	36
<b>4 ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>41</b>
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE IRATI-PR.....	41
4.2 DESCRIÇÃO DOS ATRATIVOS ANALISADOS.....	43
4.3 AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS DE IRATI-PR.....	49
4.3.1 Metodologia de avaliação e hierarquização da CICATUR....	50

4.3.2 Metodologia de avaliação e hierarquização da SETU.....	50
4.3.3 Comparação dos resultados das tabelas perante a avaliação e hierarquização.....	51
4.4 ANÁLISE DAS METODOLOGIAS.....	52
4.4.1 Variáveis da tabela da CICATUR.....	52
4.4.2 Variáveis da tabela da SETU.....	55
4.4.3 Variáveis em comum da CICATUR x SETU.....	58
4.4.4 Comparação de como cada uma analisa as variáveis.....	58
4.4.5 Pontos fortes e fracos das metodologias.....	61
4.4.6 Pontos fortes da CICATUR.....	62
4.4.7 Pontos fortes da SETU.....	63
4.4.8 Pontos negativos da CICATUR.....	64
4.4.9 Pontos negativos da SETU.....	65
4.5 CONCLUSÃO DAS METODOLOGIAS.....	66
<b>5 NOVA METODOLOGIA.....</b>	<b>68</b>
5.1 ATRATIVOS AVALIADOS E HIERARQUIZADOS.....	70
5.2 CRITÉRIOS DE CONTAGEM.....	70
5.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	70
5.4 CONCLUSÃO.....	71
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>76</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>78</b>

<b>Apêndice A:</b> Matriz de Avaliação dos Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Metodologia da SETU (Secretária de Estado de Turismo do Paraná) pelo Mtur (Ministério do Turismo) no município de Irati-Pr.....	79
<b>Apêndice B:</b> Matriz de Avaliação dos Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Nova Metodologia.....	80
<b>Apêndice C:</b> Matriz de Avaliação de Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Metodologia da Cicatur no Município de Irati.....	81

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como finalidade comparar metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos da cidade de Irati-Pr. O nome da cidade advém do vocabulário *ira*: mel e *ty*:rio. Em resumo, um município com foco primordialmente agricultura familiar. Clima caracterizado como úmido e um relevo montanhoso e banhado por uma extensa rede de drenagem.

Irati localiza-se na região centro-sul do Paraná, a 140 Km de Curitiba. Tem população estimada em 54.151 habitantes e com características marcantes de colonização por imigrantes italianos, ucranianos e poloneses. A cidade faz limite com Ibituva, Prudentópolis, Rio Azul, Rebouças, Fernandes Pinheiro e Inácio Martins.

Para realizar essa análise, serão argumentados conceitos de planejamento organizacional do turismo que fundamentaram a pesquisa, como atrativos, a importância de um Inventário Turístico Municipal, uma análise descrita em: acesso, transportes, infraestrutura, comunidade, cultura, sinalização dentre outros dados.

A avaliação e hierarquização de atrativos turísticos são ferramentas importantes para o planejamento turístico, pois detalham os atrativos em ordem de apelos cênicos como acesso, transporte, infraestrutura, apoio local e comunitário, grau de uso atual, representatividade e estado de conservação da paisagem circundante, argumentando o poder de atração que tem sobre a demanda.

Para avaliar e hierarquizar atrativos lança-se mão de metodologias específicas e tanto o mercado como a academia científica admitem e consagram algumas delas. Lançando um olhar sobre duas em especial CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística) e SETU (Secretaria de Estado de Turismo), percebeu-se a necessidade de testá-las para verificar qual delas seria mais robusta para os atrativos urbanos.

Este trabalho trata do teste em questão: aplicar as metodologias CICATUR e SETU em atrativos urbanos do município de Irati-Pr. A cidade foi escolhida em razão de ter diferentes atrativos urbanos (segundo o Inventário Turístico Municipal, Irati de 2009) e a intenção por parte do poder público de desenvolver a atividade turística.

Tendo como apoio os objetivos específicos que são: de identificar os pontos fortes de ambas as metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos; identificar os pontos fracos de ambas as metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos; e avaliar ambas as metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos.

Para a concretização destes objetivos é necessário desenvolver a problemática de pesquisa que versa sobre a comparação de duas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos, e neste sentido, por meio dos objetivos propostos, se lança a questão norteadora da pesquisa: as metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos aqui estudados atendem às necessidades do planejamento turístico?

Portanto, o trabalho teve um longo percurso de levantamento de dados e organização de fixas, para serem aplicadas nos atrativos, e também o questionamento das metodologias, perante seus pontos forte e fracos e avaliação da melhor.

## 2 METODOLGIA

O trabalho aborda a comparação das metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos urbanos no município de Irati-Pr, que se enquadra nos estudos do planejamento estratégico do turismo. As metodologias CICATUR e a SETU, são encontradas no livro Orientações para Gestão do Turismo Municipal, por escolha dos pesquisadores.

Em termos metodológicos o trabalho tratou-se de três etapas distintas para o alcance dos objetivos, a saber:

- etapa 1: coleta de dados bibliográficos. Desenvolvimento por meio de pesquisa em livros e periódicos na área de estudo, com a intenção de compreender os conceitos norteadores do trabalho: planejamentos turísticos, atrativos turísticos, diagnósticos, inventários, avaliação e hierarquização de atrativos turísticos;

- etapa 2: pesquisa documental. Acesso a documentos como Inventário Turístico Municipal para levantar os atrativos urbanos a serem abordados no estudo; as metodologias da CICATUR e SETU;

- etapa 3: coleta de dados em campo, aplicação das metodologias em perspectiva da CICATUR e SETU. Os atrativos estudados foram:

- Imagem Nossa Senhora das Graças;
- Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha, Rua Adão Panka, s/n, Bairro Rio Bonito;
- Centro de Tradições Willy Laars, Rua Camacua, Rio Bonito;
- Praça Etelvina Gomes, Rua Coronel Pires;
- Praça da Bandeira, Rua Conselho Zacarias;
- Praça Edgard Andrade Gomes, Rua Dona Noca;
- Igreja Nossa Senhora da Luz, Rua Coronel Pires, 994, Centro;

- Igreja São Miguel, Praça Madalena Anciutti, s/n, Centro;
- Igreja Imaculado Coração de Maria, Rua Barão de Rio Branco, 156, Centro;
- Casa da Cultura, rua XV de Julho, nº 329, Centro;
- Praça Madalena Anciutti, Rua 19 de Dezembro, Centro.

Organizadas as metodologias de avaliação e hierarquização, parte-se para que no trabalho consiga-se levantar os pontos positivos e negativos contidos nelas. As duas metodologias aplicadas na cidade de Irati-Pr serão concretizadas nas pesquisas de campo.

A pesquisa de campo se deu em três etapas, datadas dos dias 20/04/2009, 07/08/2009 e 15/10/2009, tendo os integrantes três pesquisadores, um profissional da área e duas estudantes.

A metodologia aplicada primeiramente foi da CICATUR, que prima por informações como grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante, infra-estrutura e acesso. Já para a metodologia da SETU as informações a serem analisadas são equipamentos e serviços, acesso, transporte. As duas metodologias também comparam as hierarquias dos atrativos, sendo assim feitas as devidas considerações e tabulação de dados para a conclusão da pesquisa.

Para a CICATUR é considerado na avaliação a potencialidade do atrativo, grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante, infra-estrutura e acesso.

A CICATUR apresenta dados de hierarquização, detalhando a pontuação de 0 a 3 para cada atrativo, primeiramente cada atrativo ganha a pontuação de acordo com as etapas descritas acima, e multiplicada pelos seus pesos, depois soma-se e tabula-se nas suas devidas hierarquias. Quanto mais pontos o atrativo conseguir, maior sua importância para os roteiros e a cidade.

O somatório da SETU é feito da seguinte maneira: são colocadas as pontuações nos fatores determinados, como acesso, transporte, equipamentos e serviços. Todos divididos pelos números de avaliadores. O resultado da divisão é multiplicado pelo seu peso.

O valor intrínseco é calculado separadamente, analisando as características e dividindo pelos avaliadores. Segundo SETU (2005) o critério para as pontuações dos atrativos turísticos, em suas respectivas hierarquias, de acordo com a sua importância turística será através do enquadramento do valor do seu índice do atrativo (IA), nos intervalos, somando-se os pontos dos fatores divididos pelo somatório dos pesos.

A metodologia de hierarquização da SETU seleciona a contagem de maneira mais detalhada e que facilita o atrativo receber pontuações generosa valorizando mesmo que pouco o que ele representa, sendo a pontuação de 1 a 4, assim descritas.

Os quadros serão expostos no Capítulo 4 deste trabalho em forma de tabelas que analisam suas devidas avaliações e hierarquizações, sendo feitas análises comparativas entre elas.



### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O aprofundamento de pesquisas sobre o que é turismo, faz com que aumente a gama de dados relevantes a respeito. Consiste no deslocamento voluntário de pessoas para fora de seu domicílio dependendo de motivação, sem fins lucrativos e gerando renda para comunidade receptora. Ocorrendo o movimento nos vários setores da economia, como por exemplo, a entrada de divisas, como afirma Soares e Cardozo (2008, p.1) “O turismo como atividade tem marcado diversos setores da economia e da vida cotidiana das pessoas, tanto as que viajam como as que recebem turistas.” E o interesse ao entorno deste tema também, para Soares e Cardozo (2008, p.1) relatam que a atividade turística engloba: “entradas de divisas para um país, advindas do turismo a qual razão muitos países incentivam a entrada de turistas”.

Assim, pode ser comentado, por (De La Torre *apud* Barretto 2005, p.13):

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

Relacionado com o turismo, o planejamento, pode ser compreendido como idéias pré-determinadas, para que se concretizem ações, modelem formas para se realizar algo desejado, organizem preços, equipamentos. Juntamente sendo analisada a localidade desejada, respeitando o meio ambiente e a interação com a população local, com isto pode-se haver o planejamento. Aplicada no turismo, segundo as idéias de Ruschmann e Widmer (2001). Braga (2007, p.1) comenta que “as pessoas estão sempre planejando [...] é preciso organizar atribuições e obrigações concomitantes [...] é preciso organizar ações para que tudo seja cumprido”, com objetivos que

apresentam as mudanças que vão ser causadas na realidade, norteando rumos para uma situação predeterminada.

Para Molina (2005, p. 45) o planejamento “implica a identificação de um conjunto de variáveis, com o objetivo de adotar um curso de ação que, baseado em análises científicas, permite alcançar um estado ou situação predeterminado.” O prazo de tempo determinado, efetuando os objetivos, Ruschmann (1997, p. 84) detalha que, “os objetivos do planejamento conduzem a mudança estruturais de realidades existentes, visando, geralmente, ao crescimento econômico acelerado.”

Para Petrocchi (1998, p.19) “planejamento é a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização”, mas (Starr *apud* PETROCCHI 1998, p.40) afirma que “qualquer sistema produtivo pode ser representado por um conjunto de processo que tem por objetivo transformar um conjunto de entradas em conjunto específico de saída.”

O planejamento caracteriza-se em determinar, para Molina (2005), os objetivos do trabalho, traçar as metas, especificar detalhes que podem acarretar problemas futuros. Ordenando os recursos materiais e financeiros e expondo detalhes para a operação do mesmo. Organizando planos, programas e projetos, para observação das vantagens e as desvantagens. Afirma Molina (2005, p. 46) “o planejamento do turismo é um processo racional cujo objetivo maior consiste em assegurar o crescimento e o desenvolvimento turístico.”

Mais a fundo, Petrocchi (1998, p.72) cita que a finalidade de planejamento é “definir as decisões básicas que articulam as políticas turísticas de um estado, região ou organização, ou seja, estabelecer as diretrizes que orientarão as decisões para o desenvolvimento do turismo.” Conclui Petrocchi (1998, p.72) que o planejamento “dá coerência e convergência às atividades em prol do crescimento do turismo”.

O planejamento pode ser esclarecido como uma estrutura que determina as dimensões temporais, os objetivos e as principais ideias, organizações de

verbas, metas. Para, poder analisar as vantagens e as desvantagens em investir em algum negócio novo, que dentro da área de turismo é relacionado à construção, revitalização, reestruturação de algum meio. Que possa atrair algum tipo de movimento local, regional, nacional e até mesmo internacional.

A relação de turismo com planejamento consiste em organizar um conjunto de variáveis, tendo à frente os objetivos, determinando as ações que conseqüentemente podem alterar e modificar estruturas na realidade existente. Há um apoio do planejamento para o turismo, que complementarmente organiza esses objetivos da melhor maneira possível, para, haver convergência das ações para a sociedade, o espaço e o meio ambiente.

Para compreensão de fundamentos e debates feitos sobre o tema de planejamento e organização do turismo, serão qualificados os principais estudos, sendo descritos na fundamentação as dimensões temporais, a abrangência territorial.

### 3.1 PLANEJAMENTO E COMPONENTES

Para ordenar pensamentos do planejamento e organização do turismo, deve-se relatar que características que podem ser melhores aproveitadas no turismo, ocorrendo a descrição temporal, que o planejamento apresenta para ser desenvolvido no prazo certo.

As dimensões temporais do planejamento podem ser classificadas, segundo Molina (2005, p.48): “De curto prazo: Compreende um período que normalmente chega até cinco ou sete anos; De médio prazo: Dos cinco ou sete até os 15 ou 20 anos; De longo prazo: Períodos superiores a 15 ou 20 anos.”

Entrelaçadas as formas temporais, o planejamento conta com a abrangência territorial, que exemplifica onde está a cidade de estudo em seu contexto mundial. Detalha dados locais, regionais e estaduais, até mesmo

nacionais. São descritos pontos, como características culturais, sociais e econômicas.

Para o turismo são elaborados com todas essas características os planos, onde são descritos, e fundamentados com todos os dados selecionados, e com maior amplitude de estudos sobre a relação do planejamento organizacional do turismo com a comunidade, o turista e o meio ambiente.

Para Molina (2005) há descrição dos planejamentos citados acima. Sendo que o planejamento nacional organiza planos que são repassados para todo o Brasil, o planejamento regional produz planos para o Estado e que possui também características políticas, socioeconômicas, culturais e geográficas. Já o planejamento estadual ou provincial é o desenvolvido no estado e província, o planejamento municipal concretiza as ideias dentro do turismo de um município.

O planejamento turístico detalha o espaço e os caminhos, para que sejam implantados equipamentos, serviços de qualidade, infraestrutura e os atrativos. Concretizando as descrições dos planejamentos. Pensando em mover ações que proporcionem as melhorias destes. Sempre esclarecendo e definindo os benefícios sociais e redução de custos para as prefeituras, empresas públicas, privadas e órgãos afins.

Contudo o planejamento do turismo urbano organiza princípios que são confeccionados pela OMT (2003), sendo eles: o de criar e melhorar os atrativos e as instalações de tipo urbano, manter a conservação dos prédios e bairros históricos; tentar aproveitar ao máximo os focos ambientais urbanos; oferecer uma ampla variedade de hospedagens, restaurantes e de outras instalações turísticas, até mesmo os pontos de informações turísticas, com guias especializados; oferecer uma rede de transporte condizente com o tamanho da cidade e com a demanda que recebe; é fundamental oferecer uma variedade de passeios de ônibus com guias locais, um planejamento do passeio urbano, tendo mapas e paradas para descanso; qualificar a saúde pública; um padrão de segurança, controlando o crime; e por último melhorar a qualidade

ambiental, havendo o controle de poluição do ar e o congestionamento no trânsito.

Assim, o planejamento detalha os principais objetivos relacionados com todas as citações acima, para Ruschmann e Widmer (2001) são: definir políticas e processos de implementação de equipamentos e atividades e seus respectivos prazos; prover incentivos necessários para estimular a implantação de equipamentos e serviços turísticos [...]; maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos [...] visando o bem-estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor [...]; capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística [...]; garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada; garantir que a imagem da destinação se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados.

Para conseguir desenvolver todos esses objetivos é necessário comentar as etapas principais do planejamento, que melhor descrita nesse contexto é a de Petrocchi (2001): diagnóstico é a etapa que analisa a situação atual, tem-se que determina os objetivos que são de formular as concepções para os pensando do futuro. É considerado o rumo a ser seguido. Os planos de trabalho são as ações, como conseguirá alcançar os objetivos e tendo um controle que trata da fase de acompanhar todo o processo já elaborado.

As etapas descritas acima servem para organizar, e para firmar os objetivos, os prazos, metas, períodos necessários para o cumprimento de tudo selecionado.

No livro *Orientação para Gestão do Turismo*, da Secretaria do Estado do Paraná, SETU (2005), detalha partes importantes do plano, programa e projeto, que em conjunto contém todos os dados descritos anteriormente: o plano analisa todas as partes envolvidas no trabalho, superficialmente, resumindo as propostas a serem trabalhadas, criando o *link* com o programa, que nada mais é do que identificar as necessidades e as variáveis, assim concretiza com a elaboração do projeto, onde são colocadas todas as ações em prática.

Segundo Ruschamann (1997) o planejamento turístico relacionado com o prazo de tempo, pode ser classificado como estratégico, tático e operacional, assim segue: o de longo prazo, que se estende a partir da atualidade até o final da capacidade potencial de um empreendimento ou ação; o de médio prazo tem por objetivo implantar as ações propostas a longo prazo, relacionados aos equipamentos; e o de curto prazo é a fase de implantação de equipamentos.

Todo o contexto utilizado apresenta dados de como organizar o planejamento, assim melhor descrito, pode-se dizer que não há planejamento sem uma determinação temporal, tem que haver início, meio e fim de tudo que é elaborado nas ações. É necessário relacionar a comunidade, o meio ambiente e a legalidade de tudo que será aplicado, como o levantamento de dados locais. O que pode ser considerado primordialmente são os planos, os programas e os projetos, que explicam dados locais e como tudo vai ser realizado.

Esses dados organizados até o momento servem no contexto levantado para os estudos que ora se apresentam para esclarecer os pontos chave da pesquisa. Para assim, ser feita a avaliação e hierarquização, que serão contextualizadas a posteriores, mas que necessitam de dados comentados como as vias de acesso, a representatividade que o local e o entorno possui, os meios de transporte, equipamentos, infraestrutura, apoio local e comunitário.

Para a OMT (2003) o inventário e a avaliação dos atrativos devem organizar as melhorias dos pontos turísticos existentes, assim ampliando a possibilidade de novos atrativos. Tentar promover o turismo urbano pode oferecer alguns problemas, como o aumento de demanda necessária para o desenvolvimento de locais primários acarretados pelos hotéis, escritórios e outros; o congestionamento no trânsito. Argumentando assim, a possibilidade de um plano turístico urbano, para o turismo ficar integrado à malha urbana, e o problema quanto ao uso da terra será minimizado.

O atrativo pode influenciar todo o desenvolvimento local, gerar renda para a comunidade e criar maiores características. Como a análise desse atrativo deve estar fundamentada no diagnóstico que para Braga (2007, p. 115)

pode ser detalhado como o que “consiste em relacionar informações inventariadas e aplicar critérios de avaliação e análise adequados ao processo de planejamento turístico”. Assim, o atrativo é mais aprofundado no diagnóstico, que organiza os pontos positivos e negativos do meio e somente explicado no inventário, como sendo uma consequência, para melhor análise do planejamento.

O Ministério do Turismo e Centro Interamericano de Capacitação Turística detalham dados organizados como os atrativos, diagnóstico e inventários. Com explanações feitas de atrativos, falta comentarem o diagnóstico e como sequência, o inventário. Todos descrevem utensílios necessários ao meio, como as vias de acesso, sinalização, qualificação da localidade, manutenção da infraestrutura, reestruturação entre outros. Que irão ser utilizados nas metodologias de avaliação e hierarquização os atrativos turísticos, onde vão apresentar para a comunidade quais atrativos devem ser mais valorizados e realizados as devidas manutenções no meio.

### 3.1.1 ANÁLISE DO DIAGNÓSTICO PARA O PLANEJAMENTO

A etapa a ser vencida no planejamento é a elaboração de diagnóstico, que constitui a base de qualquer pesquisa, pois é onde organiza os aspectos econômicos, sociais, ambientais, demográficos, geográficos ou de qualquer outra natureza. Para Molina (2005, p.58) o “diagnóstico é a descrição, análise e avaliação quantitativa e qualitativa de uma série de variáveis relacionadas com o funcionamento histórico e atual do sistema turístico.” Formando o embasamento qualitativo e quantitativo do meio passa-se para reflexões que Barretto (2005, p.73) acredita ser “a investigação, reflexão, compreensão e juízo dos dados provenientes da realidade empírica.”

Observando que é uma etapa demorada, e que são dados de coletas minuciosas levantadas, para assim, como resultado obter sucesso no futuro da pesquisa, onde nada ocorra fora do determinado, minimizando os erros.

Complementando, há de levantar dados exatos segundo Barretto (2005, p.73)

dados da situação econômica, verificando-se se é estrutural ou conjuntural [...] Devem ser pesquisadas as leis e as normas que regem aquilo que está sendo planejado [...] feito também um levantamento dos recursos materiais e humanos [...]

Como fato, deve-se organizar registros, atrelar os resultados, sendo algumas características comentadas por Barretto (2005) recorrentes aos recursos naturais e culturais, a rede de alimentação, aos meios de hospedagem, a rede de diversão. Tendo que observar como é a conservação e a utilização, a infraestrutura dos atrativos e redondeza. Pois a conservação destes, a geográfica do local, acesso, saúde e meio ambiente, são dados que ajudam e muito na confecção do diagnóstico.

Segundo Braga (2007) análises quantitativas, se dão a partir do momento em que houve o aumento do preço e a variação de renda do consumidor, podendo ocasionar mudanças de demanda; e a análise qualitativa e consistente de entrevistas abertas, onde os dados são tabulados e verificados com rigor, organizando comparações e descrições dos resultados mais selecionados.

Estudos também necessários para o diagnóstico seriam, para Molina, (2005, p.59) os de: “diagnóstico geral do setor, análise da oferta, análise da demanda e análise da superestrutura.”, os quais seguem descritos: o diagnóstico geral do setor argumenta as divisas, números de turistas que entram no país, volume de turistas interno, já a análise da oferta organiza os atrativos, categorias, hierarquias, qualidade dos serviços, dentre outros. Por antepenúltimo a análise de demanda relata todos os dados elaborados referentes ao turismo receptivo, interno e emissivo, os totais de deslocamento, dentre outros. E por último a análise da superestrutura que compreende a organização institucional.



Petrocchi (1998, p. 80) afirma que o diagnóstico é “um sumário da situação analisada”, ele também descreve que “é uma síntese da situação atual e é muito importante para a comunicação sobre o processo de planejamento”. Seguindo as argumentações Braga (2007, p.117):

para o diagnóstico específico da oferta, é necessário adotar critérios de avaliação que sirvam para determinar a importância, atual ou futura, de um recurso ou atrativo em relação ao outro atrativo de características semelhantes encontradas em destinos concorrentes.

Braga (2007, p.117) ainda comenta a causa de estudar o diagnóstico: “[...] todos os dados sobre oferta, demanda, comunidade e concorrência precisam ser especificadas e avaliadas, como positivo e negativo, com suas respectivas indicações de oportunidades e riscos.” Na sequência do raciocínio Braga (2007) conclui que todo o trabalho de organizar a equipe e definições de critérios para que seja feita a montagem da matriz que avaliará os atrativos de uma localidade deve ser apoiado em dados concretos, contando também, com a experiência da equipe de planejamento. Assim, toda avaliação, análise de diagnóstico, dos recursos e atrativos podem ser realizados pela mesma equipe que inventariou.

Continuando, o inventário organiza informações que podem ser coletadas, e apresenta as melhores técnicas para se analisar e caracterizar o objeto de estudo, e o detalhamento da oferta, da demanda, da comunidade e da concorrência. Assim, é a fase que apresenta os dados concretos de como o atrativo se encontra, e ajuda a determinar também quais caminhos melhor seguir. Para melhores explanações são feitas análises mais concretas de cada ponto chave do conteúdo.

### 3.1.2 ANÁLISE DE INVENTÁRIO PARA O PLANEJAMENTO

O termo inventário turístico pode ser explicitado como, um pensamento adequado que é da OMT (1997 *apud* MAGALHÃES, 2002) diz que é “valioso para o planejamento, uma vez que permite a realização de avaliações e o estabelecimento de prioridades necessárias”. Já no livro *Orientação para Gestão do Turismo*, por SETU (2005, p 39) tem-se que inventário é importante para:

se obter conhecimento da oferta turística, identificar as potencialidades do município e seus pontos positivos e a melhorar, subsidiar ações de conscientização turística, identificar os envolvidos com a atividade turística no município, constituir material técnico para consulta e divulgação, além de ser a base para ações de planejamento. É importante buscar o apoio de profissional especializado.

Assim a OMT, deixa claro que permite realizar avaliações, estabelecendo prioridades necessárias, mas no Livro *Gestão do Turismo* por SETU (2005), pode-se notar que há uma gama muito maior, que não somente avaliar, mas identificar e elaborar ações claras, podendo apresentar mais a fundo o que é em si um inventário. Detalhando e esclarecendo as ideias do inventário, tem-se como sequência metodológica, as fases que são para Fernandes (2008) compostas por três: primeira fase consiste na pesquisa de gabinete: como pesquisa exploratória em documentos e publicações onde serão levantados dados para serem verificados; pesquisa de campo: contato com a realidade local; fazer o reconhecimento dos dados obtidos na fase anterior, documentando em formulários próprios e registro fotográfico; inclusão de dados omitidos ou novas situações não registradas (entrevistas com pessoas conhecedoras dos locais e das atividades)

A segunda fase é de Seleção: selecionar as informações necessárias e válidas para a elaboração do plano de desenvolvimento turístico.

A terceira fase é Classificação: análise da categoria que melhor se enquadra nos elementos levantados. Para finalizar a fase que será utilizada, mas o trabalho é a de Avaliação e Hierarquização dos atrativos turísticos: necessária para avaliá-lo para estabelecer o seu valor e hierarquizá-lo para determinar a sua importância turística dentro do contexto municipal, regional e nacional.

Após as fases esclarecidas, Fernandes (2008) pode fundamentar suas argumentações acerca de Inventário Turístico Municipal

o inventário busca, analisar, qualificar e quantificar os atrativos, equipamentos e serviços turísticos assim como a infra-estrutura existente, possibilitando deste modo a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo para determinadas áreas

A explanação de Fernandes (2008) averigua que tendo um banco de dados concreto, pode-se afirmar que o potencial turístico, tende a desenvolver projetos que facilitará investimentos e também a qualificação dos atrativos e serviços, e dados podem ser apresentados e relacionados com as definições, para que se elabore um inventário turístico segundo Orientação para Gestão em Turismo pelo Ministério do Turismo, (2005 p. 40):

Quadro 1: Etapas da organização de inventários

1º Registro	<i>Pesquisa de gabinete:</i> pesquisas bibliográficas em publicações, guias turísticos, manuais, jornais, revistas; pesquisas em culturais, técnicos, científicos, ambientais, de fomento, turísticos; <i>Pesquisa de campo:</i> examinar veracidade; reconhecimento e complementação das informações; documentação fotográfica; entrevistas. Podem ser usados roteiros e formulário.
2º Seleção	Informações e do material levantado de acordo com sua validade para o Plano e as outras formas de divulgação.
3º Classificação	Análise da categoria, tipo, subtipos dos atrativos (Ex.: natural, hidrografia, rio/lago), equipamentos e serviços.

Fonte: Ministério do Turismo, 2005, adaptado por FERRONATO, M. Z. (2009)

A explicação para esses dados, é que, em primeira etapa é o registro a pesquisa de gabinete, efetua-se análise dos documentos que foram publicados, que podem servir de apoio para as observações locais, já as pesquisas de campo são as averiguações sucintas do local, como ele está atualmente, com apoio de fotos e entrevistas a comunidade. A seleção é a observação de todas as informações coletadas. A terceira e última, é a categoria, os tipos e os subtipos que podemos relacionar cada atrativo.

Segundo Braga (2007) para esclarecer todas as informações adquiridas e as metodologias mais adequadas deve-se, relacionar com a oferta, a comunidade e as concorrências. Para assim, estabelecer um modelo para padronizar todas as ações e organizar um rumo a ser tomado no trabalho.

Em primeiro, salientar que a oferta do produto, para Braga (2007) explica a oferta interna como sendo feita a inventariação interna da oferta de uma empresa, que verifica dados sobre a oferta atual do negócio, organizando uma metodologia observacional, descrever as características hierárquicas institucional. Detalhar a estrutura física, as condições de trabalho e os procedimentos seguidos, etc. Para assim, concluir de forma abrangente e sucinta as ideias principais de oferta do empreendimento.

Toda empresa seleciona a demanda específica, para isso deve-se organizar em primeira ordem segundo Braga (2007) a pesquisa de demanda, e observar os vários tipos de demanda que movimentam o negócio como: demanda total: conjunto de pessoas que consomem ou irão consumir o produto. A demanda atual: mal ou efetiva é o conjunto de pessoas que consomem o produto turístico, e demanda latente ou reprimida: são os que não adquirem o produto turístico.

Tendo como pesquisas avançadas, análise da comunidade, separa: em a comunidade em geral, que por sua amplitude se aplica questionários, e seleciona alguns representantes, selecionados pela entrevista. E a comunidade interna, seriam as empresas, questionários aplicados a funcionários, para verificar as opiniões de quem está diretamente envolvido com o negócio.

Em segundo, a análise da concorrência, deve-se minoritariamente levantar todos os concorrentes, verificar os produtos e serviços que fazem com que a demanda não utilize o produto.

Com todos os atrativos organizados, a etapa de observação em inventários e diagnósticos que surge os pensamentos de qualificar um meio, que “a aplicação dessa avaliação costuma acontecer concomitantemente com o trabalho de coleta de dados do inventário, entretanto, seus resultados comporão apenas o diagnóstico.” Parte-se aqui para a avaliação do atrativo, e de ajustes que se pode fazer nos meios, a partir dessa avaliação.

Ao se fomentar pensamentos, para conceituar diagnóstico, deve-se organizar a síntese da situação atual, pois é nele que se apresentam dados coletados do local de estudo, e demonstra o planejamento encaminhado, tendo uma equipe organizada e com definições de critérios condizentes para que seja feita a montagem da matriz de avaliação, com equipe determinada que desenvolva a etapa de campo.

Assim, tendo organizado todo o objeto de estudo, levantado todos os concorrentes, a comunidade, a oferta e a demanda, verificado os equipamentos e serviços prestados, pode-se partir para a avaliação e hierarquização, que serão verificados os aspectos primordiais dos atrativos pela comissão avaliadora.

### 3.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS

Para uma localidade, os atrativos turísticos são fundamentais, pois podem proporcionar maiores fontes de renda à comunidade, também ajudar no crescimento de maior conscientização ambiental, proporcionar o bem estar ao turista e como consequência à população, assim Ruschmann (1997, p.33) seleciona como característica típica que o atrativo é aquilo que atrai o turista, mas essa afirmação justifica que pode também haver outras características

como as de que “todo elemento que tem a capacidade própria, ou em combinação com outros, para atrair visitantes de uma determinada localidade ou zona”. (Ruschmann *apud* CERRO 1997).

Braga (2007, p.79) acredita que “o atrativo turístico é um elemento que efetivamente recebem visitantes e tem estrutura para propiciar uma experiência turística.” Segundo Boullón (2002, p.57) afirma que “considerando que os atrativos são matérias-primas do turismo, sem a qual ou a uma região não poderiam empreender o desenvolvimento.”

Concretizando a definição da SETU junto com o MTur (2005) esclarece que em primeiro momento é fundamental saber qual o fluxo de turistas que vai ao atrativo, pode ser efetuado na entrada do meio turístico e também perguntando qual o transporte utilizado. Em segundo momento deve-se observar como traçar o perfil do turista, identificar os tipos de turistas, qual a forma que escolheu de viajar (sozinho, com família, com amigos, em excursão), qual foi o motivo da viagem, sua opinião sobre o atrativo e sua residência fixa.

Debatendo as três opiniões, Braga (2007) afirma que todos os atrativos realmente recebem visitantes e têm uma estrutura que proporcionará algo ao turista, também Boullón (2002) acredita que o atrativo pode mudar a localidade, pois ele tem a capacidade de aumentar o desenvolvimento local. Já a SETU, determina observar mais o turista, em que tipo de turista se enquadra, sua motivação, suas opiniões, saber qual o fluxo que o local tem.

Deve-se ressaltar que os dados sobre os atrativos são fundamentais para argumentar quais possuem a capacidade de atrair olhares e verificar as boas condições de uso. Sempre observados e proporcionando algo aos tipos de turistas, ocorrendo modificação contínua no local. Para ocorrer um fluxo maior, aumentar a renda local e primordialmente satisfação do turista.

Oliveira (2000, p. 53) e Lage; Milone (2000, p. 28) explicam atrativo turístico como sendo todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motive o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo. Dessa forma uma cachoeira, um monumento ou uma festa, podem ser considerados

atrativos turísticos, desde que tenham um motivo ou algo que busque a sua experiência de vida.

Os atrativos podem ser culturais ou naturais, e necessitam de uma conservação e preservação permanente, pois caso não ocorra, perdem o valor, e acabam sendo esquecidos pela própria comunidade, deve-se também melhorar o atrativo para que fique um local de fácil acesso e que consiga motivar o deslocamento das pessoas.

Uma explanação que não pode faltar é sobre os equipamentos e serviços que interagem com o atrativo, para Braga (2007, p.81) é o que movimenta a relação empreendimento e negócios, “como hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, trabalho de guias, locações de meio de transporte, locais para eventos e muitos outros.” O atrativo tendo o poder de atrair, é fundamental ter bons equipamentos e serviços no ambiente, para maior satisfação e diferencial para que aumente o número de visitantes.

O atrativo é um ambiente, que pode movimentar pessoas para uma localidade específica com o intuito e interesse de observar o que houve de importante naquela cidade, e o que difere de outras localidades. Para o planejamento organizacional do turismo, são fatores importantes, relatando sempre o que há de ser qualificado no local e quais os diferentes tipos de turistas que frequentam e possam vir a tratar familiarmente a localidade. Observando as motivações específicas de cada turista, e oferecendo-lhes uma infraestrutura adequada e serviços condizentes com o meio.

### 3.3 AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO

Para determinar o grau de importância de um atrativo é coerente avaliar itens necessários como o acesso, transporte, grau de uso atual, dentre outros, explicado por Molina (2005, p.79) que apresenta como sendo uma “atividade que consiste na comparação do desejado, do preestabelecido, com o obtido, o

realizado”, já para Ruschmann (1997, p.142) “consideram-se os atrativos turísticos todos os elementos relacionados com as condições naturais e os aspectos socioculturais das localidades em estudo.”

Os dois autores apresentam fundamentos semelhantes de se avaliar um atrativo, debatendo, que visam o futuro, como o atrativo pode vir a ser, sendo cumpridas algumas metas pré-estabelecidas, e relacionando com o meio e seus aspectos culturais e ambientais.

Tendo a comparação dos dois autores, fundamenta-se também a de Beni (2002, p. 307) “para avaliar é necessário reunir um conjunto de fatores que permitam captar as qualidades e os valores específicos que possui cada atrativo” tendo alguns fatores relacionados: “função de sua natureza do atrativo; e elementos de influência sobre seu aproveitamento turístico do atrativo.” Também Beni (2002) afirma que a avaliação é feita com base em alguns pilares, quer sejam: acesso; transporte; equipamentos e serviços turísticos; e valor intrínseco do atrativo, que podem ser melhores descritos na metodologia da SETU (Secretaria do Estado de Turismo do Paraná).

Analisa os dados levantados para a avaliação por Beni (2002) podem “acontecer concomitantemente com o trabalho de coleta de dados do inventário; entretanto, seus resultados contraporão apenas o diagnóstico.” Como afirma Molina (2005) “a avaliação é uma atividade constante”, tanto que descreve três etapas, sendo: a avaliação ex-ante que é executada antes da ação; a avaliação durante que registra a atividade no seu decorrer; e a avaliação ex-post realizada depois da que a ação é executada.

As etapas elaboradas por Molina (2005) podem ser explicadas por Braga (2007) que descreve quando o pesquisador está na localidade, os levantamentos de dados que podem ocorrer para a avaliação, e a sequência para o preenchimento da matriz de avaliação.

Contudo, é necessário conduzir os levantamentos e realizar as avaliações sobre a variedade de elementos relacionados com o turismo, esses elementos são segundo a OMT (2003): caracterizar os padrões ambientais,



econômicos, socioculturais, dentre outros; levantar os recursos turísticos dos atrativos, sendo feita pela avaliação, incluindo a acessibilidade; observar o desenvolvimento turístico existente, colocando as hospedagens e outras instalações e serviços turísticos; detalhar o mercado turístico existente; levantar o aceso e o transporte, infraestrutura: água, energia elétrica, organizar os resíduos e as telecomunicações; elementos institucionais, políticas e planos de desenvolvimento; disponibilidade de mão de obra qualificada.

Para o atrativo urbano, fica determinado seu grau de importância na localidade e região, a partir da análise feita pela matriz de avaliação, isso quer dizer, maior valor turístico para a cidade e o entorno, assim, são organizados os graus de hierarquização que demonstra toda a importância que o atrativo possui, citando melhor Braga (2007, p. 120) “a hierarquização dos atrativos, outra forma de análise e avaliação de dados, estabelece níveis de valor, de acordo com a capacidade de atração de cada elemento”, sendo assim, pode-se organizar com base em diagnóstico e inventário todos os dados feitos na avaliação para ser organizados na hierarquização, que para Beni (2002, p. 388) “É o processo que permite ordenar os atrativos de acordo com sua importância turística”. Esclarecendo os dois autores, Braga (2007) e Beni (2002) argumentam que a hierarquização segue dos princípios de organizar os níveis e importância turística que o atrativo possui.

Concretizando o pensamento sobre os dois termos, Soares e Cardozo (2008, p.2) esclarecem que: “avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos figuram como informações auxiliares fundamentais para o planejamento, orientando o processo”. Descrevem (2005) também que a atividade pode acontecer de forma responsável, pensando sempre em não causar danos, detalhando a fundamental importância da comunidade e o que representa e os cuidados com o atrativo, selecionando os pontos positivos e minimizando os pontos negativos.

Para melhor compreensão da avaliação e hierarquização, são analisados pontos que tangem o atrativo, ou seja, tudo que está relacionado com o meio onde está inserido sendo, valor para a comunidade e respeito por

esse atrativo, a infraestrutura, como chegar, os serviços que são oferecidos, a representatividade para o turista e para a população. Esclarecendo melhor, Ruschmann (1997, p. 142) supõe que “o conhecimento prévio e a avaliação das atrações são fundamentais para a determinação das medidas a serem implantadas para o desenvolvimento turístico”. Como detalhes da citação, a descrição de tudo que há no atrativo e o valor e aspectos que podem possuir qualificará e quantificará a importância que tem para o planejamento turístico e melhor desenvolvimento da atividade.

Para isto, há de selecionar alguns pontos-chaves de avaliação e hierarquização, que servirão para preenchimento de formulários segundo as metodologias utilizadas na pesquisa. Sendo eles: o grau de uso atual, apoio local e comunitário, paisagem circundante, infraestrutura, acesso, representatividade, transporte, equipamentos e serviços, etc.

#### 3.4 METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS URBANOS SEGUNDO A CICATUR (CENTRO INTERAMERICANO DE CAPACITAÇÃO TURÍSTICA) E A OMT (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO).

Uma das metodologias que será aplicada neste trabalho é da CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística), esta por sua vez em primeiro lugar avalia o potencial de atratividade da localidade, observando as características e levantando dados para que o planejamento organizacional do turismo possa aplicar na real situação da localidade.

Esclarecendo mais a fundo, os critérios que serão utilizados para a avaliação dos atrativos, que podem ser observados nas partes de análise da metodologia, sendo elas, pelo Governo do Paraná, segundo SETU (2005, p.72):

*o grau de uso atual:* de um atrativo pode ser verificado pela atual análise do volume do fluxo, juntamente com o seu grau de importância para o município;

*representatividade:* é a importância que o atrativo possui, sua singularidade ou raridade;

*apoio local e comunitário:* tendo como opiniões de líderes comunitários, é analisado o interesse que demonstram pelo atrativo para o desenvolvimento e atendimento à população;

*estado de conservação da paisagem circundante:* com a observação *in locus* pode ser verificado ambiente que circunda o atrativo;

*infraestrutura:* com a observação *in locus* analisar se há infra-estrutura adequada;

*acesso:* a observação das vias de acesso atuais e suas condições de uso.

## Hierarquização dos atrativos turísticos segundo a CICATUR

Quadro 2: Organização de pontuação pela CICATUR

Hierarquia	Características
3 (alto)	É todo atrativo turístico <i>excepcional e de grande interesse</i> , com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes atuais e potenciais
2 (médio)	Atrativos com <i>aspectos excepcionais</i> em um país, capaz de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
1 (baixo)	Atrativos com <i>algum aspecto expressivo</i> , capaz de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais a locais (atuais ou potenciais)

O (nenhum)	Atrativos sem mérito suficientes, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar <i>correntes turísticas locais</i> , em particular a demanda de recreação popular.
---------------	---

Fonte: Melânia Z. Ferronato, 2009 com base na metodologia de avaliação dos atrativos da CICATUR (OMT)

### 3.5 METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS URBANOS SEGUNDO A SETU (SECRETÁRIA DE ESTADO DE TURISMO) E A MTUR (MINISTÉRIO DO TURISMO).

A segunda metodologia que será aplicada neste trabalho é da SETU (Secretaria de Estado de Turismo), este por sua vez em primeiro avalia pontos como rodoviário, aéreo, marítimo/fluvial, ferroviário, transportes, equipamentos e serviços.

#### Fatores de Avaliação

**Acesso – Peso 4:** Considerar o acesso mais utilizado pelo visitante para chegar ao atrativo, independente da sua localização (urbana ou rural), pontuado da seguinte maneira:

Quadro 3: Rodoviário

Bom	3 pontos
Regular	2 pontos
Precário	1 ponto

Fonte: Ministério do Turismo 2005, adaptado por FERRONATO, M. Z., 2009

Quadro 4: Aéreo, Marítimo/Fluvial, Ferroviário

Existência	3 pontos
Inexistência	0 pontos

Fonte: Ministério do Turismo 2005, adaptado por FERRONATO, M. Z.,2009

Observação: A pontuação não é cumulativa.

**Transportes – Peso 3:** Avaliar o transporte regular existente para o atrativo – rodoviário, ferroviário, hidroviário e/ou aéreo – mais utilizado, de acordo com a seguinte pontuação:

Quadro 5: Pontuações para análise do transporte

Bom	3 pontos
Regular	2 pontos
Precário	1 ponto
Não existente	0 ponto

Fonte: Ministério do Turismo 2005, adaptado por FERRONATO, M. Z.,2009

**Equipamentos e Serviços – Peso 3:** Avaliar todos os equipamentos e serviços turísticos instalados no atrativo, que contribuam para sua valoração e facilitem o uso e a permanência dos visitantes no local. Deverão ser observadas as seguintes pontuações:

Quadro 6: Pontuação perante a metodologia da SETU

3 pontos: atrativos que possuir	Sinalização, Monitor especializado/guia local, Local de alimentação, Serviços de limpeza, Instalações sanitárias, integrar roteiros turísticos comercializados
2 pontos: atrativos que possuir	Sinalização, Serviços de Limpeza, Instalações Sanitárias, Monitor especializado/guia local
1 ponto: atrativo que possuir:	Sinalização, Serviço de Limpeza

O ponto	Atrativo que não possuir nenhum dos serviços utilizados
Peso 10, esse valor variará de 1 a 4 pontos.	é o valor em si do atrativo. Será obtido pela avaliação das características relevantes de cada tipo. Através de uma análise comparativa com outro atrativo de características homogêneas.

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009, com base na metodologia de avaliação dos atrativos do Ministério do Turismo 2005.

Tudo o que foi comentado serve para calcular o valor médio, tendo o somatório da pontuação alcançada por cada fator de avaliação. Logo após, dividido pelo número de avaliadores. Pode-se observar que no decorrer das pontuações foram sendo explicadas as devidas considerações sobre cada ponto a ser avaliado.

Segundo a SETU (2005, p.70), será analisado o:

*Valor Médio:* resultado do somatório das pontuações que o FATOR recebeu, dividido pelo número de avaliadores;

*Ponto do Fator:* resultado do valor médio do item multiplicado pelo seu peso;

*Valor Intrínseco:* valor obtido pela avaliação dos fatores das características relevantes (cálculo separado);

*Índice do Atrativo (IA):* somatório dos pontos dos fatores dividido pelo somatório dos pesos. (20).

O planejamento turístico visa detalhar as melhores formas de se qualificar um atrativo e seu entorno, cuidando do meio ambiente e sempre pensando no bem estar da população, e tentando fazer com que o turista volte mais vezes às localidades, por isto, a etapa de diagnostificação contida em estudos do planejamento, e que já foi detalhada no trabalho, organiza dados e melhores maneiras para que possa desenvolver estudos específicos de cada meio, assim a avaliação, uma maneira que apoia e complementa quais elementos devem ser analisados na localidade.

A seguir dados da metodologia de hierarquização da SETU.

### Hierarquização dos atrativos turísticos segundo SETU

A metodologia de hierarquização da SETU seleciona a contagem de maneira mais detalhada e que facilita o atrativo receber pontuações generosas, valorizando mesmo que pouco o que ele representa, sendo a pontuação de 1 a 4, assim descrita.

Segundo SETU (2005) o critério para as pontuações dos atrativos turísticos, em suas respectivas hierarquias, de acordo com a sua importância turística será através do enquadramento do valor do seu índice do atrativo (IA), nos intervalos abaixo:

Quadro 7: Organização de pontuações pela SETU

Hierarquia	Características
<b>Hierarquia IV: 3,26 – 4,00</b>	Atrativo turístico de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz, por si só, de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto internacionais com nacionais.
<b>Hierarquia III: 2,51 – 3,25</b>	Atrativo turístico muito importante, em nível nacional, capaz de motivar uma corrente, atual ou potencial, de visitantes nacionais ou internacionais, por si só ou em conjunto com outros atrativos turísticos.
<b>Hierarquia II : 1,76 – 2,50</b>	Atrativo com algum interesse, capaz de estimular correntes turísticas regionais e locais, atual ou potencial, e de interessar visitantes nacionais e internacionais que tiverem chegado por outras motivações turísticas.
<b>Hierarquia I: 1,00 – 1,75</b>	Atrativo complementar a outro de maior interesse, capaz de estimular correntes

	turísticas locais.
--	--------------------

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009, com base na metodologia de avaliação dos atrativos da SETU.

No trabalho, foram selecionadas duas metodologias de pesquisa, a da CICATUR e a da SETU, que foram descritas acima e apresentadas suas formas de avaliação do atrativo, onde a pesquisa tem o intuito de verificar quais das duas descreve melhor quando se fala em avaliação.



## 4. ANÁLISE DE DADOS

Segue o trabalho apresentando as análises comparativas das metodologias, posteriores à comparação das tabelas, explanação dos pontos fortes, fracos, qual das metodologias é mais concreta e sensata, o que cada uma privilegia, dentre outros pontos a serem considerados. Todos tentando responder a pergunta de pesquisa e concretizar os objetivos de estudo.

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE IRATI-PR

Irati primeiramente foi colonizada por índios *iratins*, ramo dos Tupis que habitavam o Paraná, seguindo a história 1890, famílias procedentes de Campo Largo, Assungui de Cima e Lapa fixaram-se nessa região, fundando-se, então, o povoado de Covalzinho, que se tornaria mais tarde a sede de Irati, nome adotado em 1899, quando da inserção local dos trilhos da antiga Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande. (IBGE 2009)

O território onde se encontra a cidade é classificado como relevo ondulado. Possui um clima temperado e, em geral, saudável, como o de todo o sul do estado variando a temperatura de 5 graus negativos até o máximo de 38 graus. Registram-se geadas fortes no inverno. As chuvas caem com mais intensidade de setembro a fevereiro. (IBGE 2009).

A seguir todos os dados foram retirados do *site* da Prefeitura Municipal de Irati.

A hidrografia do município possui drenagem dominante para o sudoeste, sentido o Rio Iguaçu, tendo assim os rios Preto, Riozinho, Mato Queimado, Imbituvinha, dentre outros. Possui uma vegetação de Floresta Ambrófila Mista, que necessita de umidade e sombra para o crescimento das árvores, segundo

o mesmo site, e as árvores mais presentes nesse meio são Araucária, Imbuia, Erva- mate, Bracatinga e Cedro.

Passa a rodovia, BR 277, que atravessa todo o Estado do Paraná, de Paranaguá a Foz do Iguaçu, considerada umas das rodovias mais importantes do estado. E também a BR 153.

Irati conta com uma população de diferentes etnias, as mais observadas são as de Poloneses, Ucranianos e Italianos, tendo um total de 58, 23 hab./Km<sup>2</sup>, dentre eles, de 28.678 de masculina e feminina 29.458, considerando os distritos de Itapará, Guamirim, Gonçalves Jr. para saúde total da população é oferecido a Secretaria Municipal de Saúde e o Hospital Regional de Irati. Com toda essa gama de dados da cidade pode-se analisar os atrativos municipais, que foram selecionados para a pesquisa.

As potencialidades turísticas do município de Irati-Pr, aqui citadas e posteriores fora retirado do Inventário Turístico Municipal, 2009:

- Imagem Nossa Senhora das Graças;
- Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha, Rua Adão Panka, s/n, Bairro Rio Bonito;
- Centro de Tradições Willy Laars, Rua Camacuã, Rio Bonito;
- Praça Etelvina Gomes, Rua Coronel Pires;
- Praça da Bandeira, Rua Conselho Zacarias;
- Praça Edgard Andrade Gomes, Rua Dona Noca;
- Igreja Nossa Senhora da Luz, Rua Coronel Pires, 994, Centro;
- Igreja São Miguel, Praça Madalena Anciutti, s/n, Centro;
- Igreja Imaculado Coração de Maria, Rua Barão de Rio Branco, 156, Centro;
- Casa da Cultura, rua XV de Julho, nº 329, Centro;
- Praça Madalena Anciutti, Rua 19 de Dezembro, Centro.

## 4.2 DESCRIÇÃO DOS ATRATIVOS ANALISADOS

Os seguinte dados foram retirados do Inventario Turístico Municipal, 2009.

O primeiro atrativo turístico urbano a ser estudado é a Imagem Nossa Senhora das Graças, considerada uma obra de arte, está classificado como monumento, escultura, estatuário e obelisco, possui 22 metros de altura, e considerada como uma das maiores do sul do país, erguida para comemorar os cinquentenário da cidade, em 1957, sendo assim, a Nossa Senhora das Graças a escolhida, ela possui 70 peças, esculpida por Ottaviano Papaiz, artista de Campinas-SP.



Foto 1: Imagem Nossa Senhora das Graças  
Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

Classificado como lazer e entretenimento, eventos, contido nos grupos de parques e pavilhões de exposições. Contém um lago e faz parte também o Pavilhão de exposições João Wasilewski, a mini-estação ferroviária, prédio central, pista de *cooper/ciclismo*, pontes, churrasqueiras, *play-ground*, dentre

outras coisas. O endereço é Rua Adão Panka, s/n. Possui abrangência de 79.000m<sup>2</sup>.



Figura 2: Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha  
Fonte: FERRONATO, M Z., 2009

O Centro de Tradições Willy Laars classificado como Parques Agropecuários/Cavalgada, capacidade para mil pessoas. O parque possui infraestrutura suficiente, as vias de acesso, a sinalização é somente no centro da cidade, dificultando o turista chegar ao atrativo. Também no bairro Rio Bonito, na rua Camacua.



Figura 3: Centro de Tradições Willy Laars  
Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

A Praça Etelvina Gomes, está classificada como lazer e entretenimento, contido no grupo de parques urbanos, jardins e parques; tendo quadras poliesportivas, parque infantil, sanitários e uma pequena lanchonete, localizada na Rua Coronel Pires.



Figura 4: Praça Etelvina Gomes  
Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

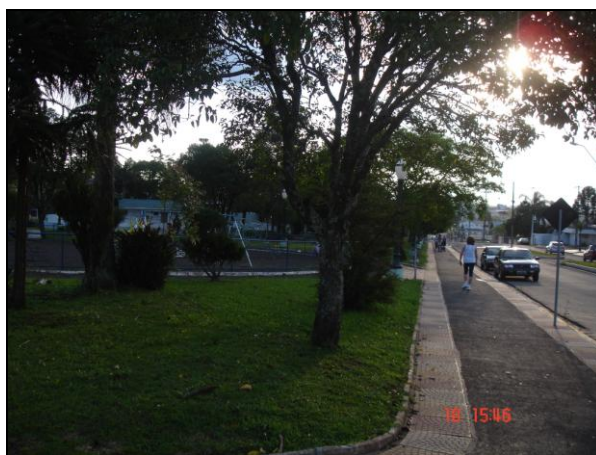
Praça da Bandeira está classificada também como lazer e entretenimento, contida no grupo de parques urbanos, jardins e parques, uma praça com todo o significado cívico, possui uma placa em homenagem à comunidade polonesa de Irati-Pr, colocada em 1971, está localizada na rua Conselheiro Zacarias, no centro da cidade.



### Figura 5: Praça da Bandeira

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

Praça Edgard Andrade Gomes é classificada como lazer e entretenimento, no grupo de parques urbanos, jardins e parques, tem um parque infantil, área para descanso, iluminação, sanitários, quadra poliesportiva, um *half* para *skate* e *rollers*, está localizada na rua Dona Noca.



### Figura 6: Praça Edgard Andrade Gomes

Fonte: FERRONATO, M. Z.

A Igreja Nossa Senhora da Luz é classificada como atrativos culturais, no grupo de edificações e assim, arquitetura religiosa, tem estilo Barroco. A paróquia surgiu pela necessidade e desejo da população de dispor de sua própria paróquia. A construção teve início em 22 de junho de 1931. Está localizada no perímetro urbano, Rua Coronel Pires, nº 994.



### Figura 7: Igreja Nossa Senhora da Luz

Fonte: FERRONATO. M. Z., 2009

A Igreja São Miguel, tem a mesma classificação de atrativos culturais, no grupo de edificações, e assim, arquitetura religiosa, foi construída em 1919, apresenta um estilo Barroco, e construída porque os moradores estavam preocupando-se com a educação e religiosidade dos residentes. Seu endereço é na Praça Madalena Anciutti, s/n.



FIGURA 8: Igreja São Miguel

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

A Igreja Imaculado Coração de Maria ou Igreja Ucraniana tem classificação de atrativos culturais, no grupo de edificações, e assim, arquitetura religiosa, foi inaugurada em 24 de junho de 1954, tem capacidade para 400 pessoas, as celebrações são em ucraniano e aos sábados em português. A igreja é de estilo contemporâneo, está localizado na Rua Barão de Rio Branco, nº 156.



### Figura 9: Igreja Imaculado Coração de Maria

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

A Casa da Cultura é classificada como atrativo cultural, como sub-tipo edificações, contido na arquitetura civil. É datada das primeiras décadas do século, e que mantém as características impostas pela cultura urbana. Era residência da família Gomes, foi construída em 1919, por Arcélio Batista Teixeira. O local foi cedido à prefeitura em forma de comodato, e hoje é o local que guarda o acervo da cidade, há atividades culturais, está localizado na rua XV de Julho, nº 329.



### Figura 10: Casa da Cultura

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

A Praça Madalena Anciutti, é classificada como lazer e entretenimento, dentro de parques urbanos, jardins e praças, nela se localiza o Monumento à Bíblia, é um monumento ecumênico, que visa a integração de todas as crenças religiosas, está localizada na rua 19 de Dezembro.





### Figura 11: Praça Madalena Anciutti

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009

Assim, contando com os dados levantados, foram avaliados e hierarquizados todos os atrativos. Pode-se agora observar as fichas finais, com os dados completos das hierarquias. Posteriores, detalhadas comparações entre as duas metodologias, e assim feito comentários favoráveis e/ou críticos às metodologias.

#### 4.3 AVALIAÇÃO E HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS DE IRATI-PR

Esta seção do trabalho encarrega-se de apresentar os dados coletados em campo de cada metodologia, demonstrando as devidas classificações que cada atrativo adquiriu na avaliação. Primeiramente são expostas as pontuações da metodologia da CICATUR e posteriores as da metodologia da SETU, e para ideia geral, a comparação entre as duas.

##### 4.3.1 Metodologia de avaliação e hierarquização da CICATUR

Quadro 8: Dados CICATUR

Hierarquia	Atrativos que correspondem as características da metodologia
3 (alto)	Imagem Nossa Senhora das Graças
2 (médio)	Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha, Centro de Tradições Willy Laars
1 (baixo)	Praça Etelvina Gomes, Casa da Cultura, Igreja São Miguel, Igreja Imaculado Coração de Maria, Igreja N. S. da Luz, Praça da Bandeira, Praça Madalena Anciutti, Praça Edgard Andrade Gomes.
0	Nenhum atrativo

(nenhum)	
----------	--

Fonte: FERRONATO, M. Z., com fonte na metodologia da CICATUR, 2009.

A tabela especifica que perante a metodologia da CICATUR o atrativo maior potencial é a Imagem Nossa Senhora das Graças, e que o tipo de fluxo é de turistas que buscam a religião e a cultura, o atrativo de maior hierarquia que tem a capacidade de atrair demandas por períodos sazonais.

#### 4.3.2 Metodologia de avaliação e hierarquização da SETU

Quadro 9: Dados SETU

<b>Hierarquia</b>	<b>Atrativos</b>
Hierarquia IV	Nenhum
Hierarquia III	Nenhum
Hierarquia II	Praça Madalena Anciutti (Monumento a Bíblia), Igreja São Miguel, Igreja Imaculado Coração de Maria (Ucraniana)
Hierarquia I	Praça da Bandeira, Praça Etelvina Gomes, Praça Edgard Andrade Gomes (Rodoviária), Igreja Nossa Senhora da Luz, Casa da Cultura, Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha, Imagem Nossa Senhora das Graças

Fonte: FERRONATO, M. Z. com fonte na metodologia da SETU, 2009

As igrejas consideradas de maior hierarquia têm um relevante interesse comunitário, assim declara-se que o fluxo da cidade é de turistas religiosos, mas não por causa destas Igrejas (Igreja São Miguel e Imaculado Coração de Maria) e sim pela Imagem Nossa Senhora da Graças, que nas pontuações ficou com Hierarquia I, pois a Imagem não possui um acesso em estado bom, não há lanchonete, nem sinalização. As Igrejas consideradas podem ser especificadas como atrativos que, perante um de maior interesse serão visitadas.

O atrativo Centro de Tradições Willy Laars não adquiriu nota suficiente para ser avaliado, por esta razão não entrou na tabela de hierarquia.

4.3.3 Comparação dos resultados das tabelas perante a avaliação e hierarquização.

Quadro 10: Resultados, comparados

<b>Atrativos/Hierarquias</b>	<b>CICATUR</b>	<b>SETU</b>
Imagem Nossa Senhora da Graças	3	1
Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha	2	1
Centro de Tradições Willy Laars	2	-
Igreja São Miguel	1	2
Igreja Imaculado Coração de Maria	1	2
Igreja Nossa Senhora da Luz	1	1
Praça da Bandeira	1	1
Praça Madalena Anciutti	1	2
Praça Edgard Andrade Gomes	1	1
Casa da Cultura	1	1
Praça Etelvina Gomes	1	1

Fonte: FERRONATO, M. Z..

A tabela acima mostra claramente as disparidades ocorridas entre as duas metodologias. Com pontuações elevadíssimas no atrativo a Imagem de Nossa Senhora da Graças pela CICATUR, e na outra com o mínimo de interesse pela da SETU.

#### 4.4 ANÁLISE DAS METODOLOGIAS

As metodologias de avaliação e hierarquização possuem formas diferentes de verificar a importância de cada atrativo, assim seguem as descrições e análises das principais características de cada metodologia estudada.

##### 4.4.1. Variáveis da tabela da CICATUR

A classificação e as características relevantes já analisadas no trabalho advêm do livro *Orientação para a Gestão do Turismo Municipal* (2005, p.76) sendo os tipos/subtipos: monumentos (arquitetura civil, arquitetura religiosa, arquitetura industrial, arquitetura militar, ruína, escultura, pintura, outros legados), sítios (históricos, científicos), instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas, arquivos, institutos, históricos/geográficos).

Como características relevantes, são de valores históricos, características construtivas de elaboração, ambiência (entorno), estado de conservação, características tipológicas, qualificação do acervo, formas de apresentação/organização, formas de apresentação e uso, produtos e objetos comercializados, locais/ caminhos de interesse/visitação, âmbito, singularidade.

A seguir dados coletados em campo sob uso da metodologia da CICATUR:

A Imagem de Nossa Senhora das Graças apresenta um grau de uso atual bastante elevado, sendo controlada pelo ponto de informações turísticas local, a representatividade da imagem recebeu notas condizentes com o esperado, sendo o ponto mais importante da cidade, em se tratando de atrativo; o apoio local e comunitário é feito, com a comissão da santa, com

missas realizadas mensalmente, com infraestrutura sempre sendo reestruturada. O estado de conservação da paisagem circundante é de casas residenciais, e sua infraestrutura está em constante mudança, sendo construídos sanitários, uma loja, um ponto de informações. O acesso não está adequado, ruas asfaltadas, mas não em boas condições, devendo ser revisto pelas autoridades locais. Sua nota foi a mais alta na hierarquia, obtendo hierarquia 3.

O Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha no seu grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, infraestrutura, acesso, considerados satisfatórios. O estado de conservação da paisagem circundante é questionado pelos avaliadores, pois há bares, lojas e outros comércios que pecam na boa aparência da paisagem. Obteve notas satisfatórias, nota 2 , ficando com hierarquia 2, mas que deveriam ser questionadas.

O Centro de Tradições Willy Laars é considerado pela metodologia um atrativo com potencial de atratividade baixo, o seu grau de uso atual é pequeno, comparado com a Imagem Nossa Senhora das Graças, as únicas pontuações que merecem ser destacadas dentro das analisadas são o apoio local e comunitário, representatividade que o centro recebe, pois as outras pontuações não adquiriram notas satisfatórias. O estado de conservação da paisagem circundante recebeu notas baixas, pois está isolado da cidade. Sua infraestrutura e acesso devem ser revistos pelas autoridades locais, pois necessitam de intervenções. Recebendo da equipe de pesquisadores hierarquia 2.

A Praça Etelvina Gomes recebeu quando analisado seu grau de uso atual um pequeno fluxo, sua representatividade foi considerada como elemento bastante comum. O apoio local e comunitário é representado por uma pequena parte da população. O estado de conservação da paisagem circundante é singular. No quesito acesso, e infraestrutura, são argumentados como necessitando de intervenções de melhorias. Finalizando com hierarquia 1.

A Praça da Bandeira obteve como um fluxo insignificante seu grau de uso atual. Não há representatividade perante a avaliação. O apoio local e

comunitário não tem. O estado de conservação da paisagem circundante é um estado singular para a população e órgãos públicos. Sua infraestrutura esta debilitada e acesso esta otimo. Sua hierarquia foi considerada como 1.

Praça Edgard Andrade Gomes com seu grau de uso atual de pequeno fluxo e sua representatividade considerado bastante comum. O apoio local e comunitário é feito por pequena parte da comunidade. Sua paisagem circundante está em bom estado de conservação. Seu acesso está em estado precário, e sua infraestrutura existe, porém em estado precário. Sua hierarquia foi de 1.

A Igreja Nossa Senhora da Luz no seu grau de uso atual argumentado de pequeno fluxo. Uma representatividade enorme para a comunidade local. O apoio local e comunitário é razoável e seu estado de conservação da paisagem circundante está classificado em bom estado de conservação. Agora seu acesso necessita de intervenções, e sua infraestrutura existente, mas necessitando de intervenções. Sua hierarquia é 1.

Igreja São Miguel obteve em seu grau de uso atual um fluxo turístico insignificante, com sua representatividade bastante comum. O apoio local e comunitário é razoável. Estado de conservação da paisagem circundante é bom. Seu acesso necessita de melhorias, e sua infraestrutura existente, mas necessitando de melhorias. Sua hierarquia é 1.

Igreja Imaculado Coração de Maria ou Ucraniana, em seu grau de uso atual com pequeno fluxo. A representatividade é um elemento fundamental. O apoio local e comunitário é feito por pequena parte da população. Estado de conservação da paisagem circundante é singular. Seu acesso e infraestrutura estão precários. Adquirindo hierarquia 1.

A Casa da Cultura, em seu grau de uso atual obteve pequeno fluxo. Sua representatividade é de pequenos grupos de elementos similares. O apoio local e comunitário é representado por pequena parte da população. Estado de conservação da paisagem circundante é singular. O acesso necessitando de

intervenções de melhorias. E sua infraestrutura precária, mas existente. Pode ser classificada como os outros atrativos que receberam hierarquia 1,

Seguida também da mesma hierarquia e da mesma avaliação a Praça Madalena Anciutti, obteve hierarquia 1, e todos os seus quesitos avaliados podem ser classificados como iguais as de mesmas hierarquia.

#### 4.4.2. Variáveis da tabela da SETU

A tabela da SETU trata dos fatores de avaliação, os quais são listados: acesso - com peso 4, é considerando a via mais utilizada pelo visitante; transporte - com peso 3, determina qual o transporte utilizado pelo turista; equipamentos e serviços - com peso 3, analisam o que é considerado e que contribui para a valoração e facilitem o uso e a permanência do visitante no local; e a organização do valor intrínseco - que tem peso 10, analisa a característica relevante do atrativo.

É ponderada uma pontuação de 0 a 3 para classificação. Assim, o atrativo para receber nota 3 deve ter sinalização adequada, monitor, local de alimentação, serviços de limpezas, instalações sanitárias e podendo integrar roteiros turísticos e comercializados na média aritmética dos avaliadores, é considerado o mais importante.

Concluída a avaliação parte-se para o enquadramento dos atrativos turísticos na sua respectiva hierarquia. Tendo a pontuação concentrada entre 0 e 4. O atrativo que receber hierarquia IV obteve média de avaliação entre 3,26 e 4,00: é o com características de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico; hierarquia III obteve média de avaliação entre 2,51 e 3,25: é um atrativo muito importante, em nível nacional; já com hierarquia II obteve média de avaliação entre 1,76 e 2,50: é o que tem algum interesse, que consegue estimular correntes turísticas regionais e locais; e finalmente o de

hierarquia I obteve média de avaliação entre 1,00 e 1,75: é o que consegue estimular correntes locais junto com outros atrativos de maior interesse.

Quando levada a campo, esta metodologia analisou o atrativo Nossa Senhora das Graças, de modo que tanto na avaliação quanto na hierarquização, pode-se notar que vias de acesso estão nas condições, o transporte foi classificado como não existente, os equipamentos e serviços são de sinalização, serviços de limpeza, instalações sanitárias, monitor, guia local. O valor intrínseco foi argumentado como de interesse relativo. Recebendo Hierarquia I

O Parque Aquático e de Exposições Santa Terezinha, no acesso é regular, o transporte foi argumentado como não existente. Os equipamentos e serviços foram argumentados como de apenas existentes sinalização e serviços de limpeza. Possui valor intrínseco, é considerado como pouco interessante. Recebeu hierarquia I.

O Centro de Tradições Willy Laars, que tem um acesso precário perante os avaliadores, o transporte foi argumentado como não existente, seus equipamentos e serviços foram classificados como tendo somente sinalização e serviços de limpeza. O valor intrínseco do atrativo é de argumentado como de pouco interesse para a comunidade. Todos esses questionamentos não foram suficientes para que fosse hierarquizado, pois as pontuações ofertadas pelos avaliadores não alcançaram as pontuações necessárias dentro da pesquisa da SETU.

A Praça Etelvina Gomes, que na avaliação obteve acesso regular, transporte inexistente e serviços e equipamentos precários, cogitado com apenas sinalização e serviços de limpeza. Seu valor intrínseco é de pouco interesse. Obteve hierarquia I, pois mesmo estando no centro, não é um atrativo muito valorizado pelos órgãos públicos.

A Praça da Bandeira está localizada no centro da cidade, no acesso e transporte foi justificado com regular. Seus serviços e equipamentos não



possuem nenhum dos serviços utilizados. O valor intrínseco está como de pouco interesse para a comunidade. Com hierarquia I

A Praça Edgard Andrade Gomes, com acesso regular, pois está bem localizada, na entrada da cidade, transporte nota 0, inexistente. E seus equipamentos e serviços baixos também inexistentes. O seu valor intrínseco argumentado de pouco interesse. Recebeu hierarquia I.

A Igreja Nossa Senhora da Luz, com acesso regular, a não existência de transporte. Seus serviços e equipamentos apenas sinalização e serviços de limpeza. O valor intrínseco de pouco interesse para a população e órgãos afins. Obteve hierarquia I.

A Igreja São Miguel com seu acesso regular e o transporte precário. Seus equipamentos e serviços apenas com sinalização e serviços de limpeza. O valor intrínseco argumentado de pouco interesse. Considerado um dos melhores atrativos da cidade, com hierarquia II.

A Igreja Imaculado Coração de Maria (Ucraniana) também classificada como um dos melhores atrativos da cidade obteve em seu acesso regular, mas o transporte precário. Serviços apenas a sinalização e serviços de limpeza. O que foi considerado alto na Igreja foi seu valor intrínseco sendo argumentado de interesse relativo. Recebendo hierarquia II.

A Casa da Cultura obteve em seu acesso a classificação regular, no transporte precário. Nos equipamentos e serviços apenas, sinalização e serviços de limpeza. O valor intrínseco pouco relevante. Sendo sua hierarquia de I.

A Praça Madalena Anciutti, devido sua localização e seu acesso facilitado e regular, está próximo às Igrejas São Miguel e Ucraniana. Quesitos transporte, equipamentos e serviços são considerados precários. O valor intrínseco é pouco relevante para a cidade. Adquiriu hierarquia II

Todos os dados levantados de cada atrativo sobre o acesso, transporte, e equipamentos e serviços, foram confeccionados na pesquisa de campo e podem ser usados para argumentar as notas obtidas na avaliação e hierarquização.

Para a metodologia da CICATUR foram organizados pontos que diferem da SETU, assim viu-se a necessidade de criar as variáveis entre as metodologias. A CICATUR utiliza mais quesitos para a análise, como o apoio da comunidade e o estado de conservação da paisagem circundante, agora a SETU apenas analisa acesso, transporte. Assim, é necessário justificar essas diferenças.

#### 4.4.3. Variáveis em comum da CICATUR X SETU

Dados semelhantes foram encontrados na metodologia da SETU e CICATUR, como o acesso, equipamento/serviços e infraestrutura, valor intrínseco e representatividade, de modo que neste momento, parte-se para uma comparação das metodologias. Para melhor visualização desta comparação, segue tabela:

Quadro 11: Variáveis em comum

<b>Variáveis /metodologia</b>	<b>CICATUR</b>	<b>SETU</b>
Acesso	X	X
Equipamento/serviços		X
Infraestrutura	X	
Valor intrínseco		X

Representatividade	X	
--------------------	---	--

Fonte: FERRONATO, M. Z. com base nas metodologias da CICATUR e SETU, 2005

O ponto em comum observado seria somente o acesso, mas dados que se apresentaram semelhantes foram incorporados. A representatividade aparece na CICATUR, pois sua semelhança com o valor intrínseco da SETU é grande. Os dois analisam qual a importância, a singularidade que o atrativo tem para a comunidade.

A CICATUR detalha, além do acesso, a infra-estrutura que verificada *in loco* é observado se há existência disponível. A SETU detalha além do acesso, os equipamentos e serviços (as instalações) que podem contribuir para a valorização do atrativo. Um analisa a qualidade do equipamento, e o outro analisa a conservação deste, por isso, a semelhança entre os dois pontos.

#### 4.4.4. Comparação de como cada uma analisa as variáveis

Consideram que primeiramente a metodologia da CICATUR deveria estipular índices mais flexíveis como os da SETU, que são acesso, transporte, equipamentos e serviços e valor intrínseco. A CICATUR analisa com mais profundidade o grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante, infraestrutura e acesso.

Unindo as duas metodologias, o acesso é descrito pela SETU como o meio mais utilizado para se chegar ao atrativo, já a CICATUR detalha a selecionar as vias existentes e como são as condições destas.

Para a SETU os equipamentos/serviços são os que já estão instalados na localidade, que possam contribuir para a valorização e uso permanente do visitante no local. A CICATUR observa a infraestrutura que é a análise de como está no local e o estado desta.

Outro item que também é selecionado como semelhante é o valor intrínseco e a representatividade. O valor intrínseco é mencionado pela metodologia da SETU e condiz com o valor em si do atrativo, seu apelo estético, já a representatividade é relativa à CICATUR e afirma a raridade, peculiaridade que possui o atrativo.

Para a SETU os atrativos que não possuem na maioria das vezes nenhum interesse internacional ou nacional, adquirem hierarquias inferiores. Uma avaliação muito rigorosa, não valorizando pontos turísticos que a população local seleciona como primordial. Os atrativos de uma determinada região são de interesse específico, e com vistas e características locais. Não é justo que o meio seja classificado com pontuações baixas se ele possui uma demanda favorável e sua infraestrutura condiz com o real poder de atratividade local.

As características da SETU, que podem ser utilizadas pela CICATUR, seriam na etapa de avaliação, o acesso, equipamentos e serviços, e o valor intrínseco. Também, para a etapa de hierarquização no atrativo os pontos como o valor excepcional e de grande interesse, capaz de motivar uma corrente turística internacional, considerando o de maior pontuação. Tendo o valor considerado baixo o atrativo somente consegue motivar pessoas que tenham visitado a localidade para outros fins e por curiosidade visitou o atrativo.

Já os pontos da CICATUR que podem ser utilizados na SETU, seriam na etapa de avaliação a infraestrutura e a representatividade.

Assim, os pontos que se assemelham e que podem ser utilizados juntos em uma nova metodologia seriam: o acesso, pois está nas duas metodologias, a confraternização dos equipamentos e serviços com infraestrutura, e o valor intrínseco com a representatividade.

Conclui-se que o único ponto em comum, seria o acesso, mas dados semelhantes, que podem oferecer juntos idéias mais justificadas.

#### 4.4.5. Pontos fortes e fracos das metodologias

Com todas as análises feitas até o devido momento, deve-se criar uma tabela de comparação entre todas as variáveis das duas metodologias. Assim, segue:

Quadro 12: Comparação das metodologias.

<b>Metodologia/Fatores</b>	<b>CICATUR</b>	<b>SETU</b>
<b>Acesso</b>	Positivo	Positivo
<b>Transporte</b>	Negativo	Positivo
<b>Equipamentos e serviços/ Infraestrutura</b>	Positivo	Positivo
<b>Valor intrínseco/ representatividade</b>	Positivo	Positivo
<b>Grau de uso atual</b>	Positivo	Negativo
<b>Apoio local e comunitário</b>	Positivo	Negativo
<b>Estado de conservação da paisagem circundante</b>	Positivo	Negativo

Fonte: FERRONATO, M. Z. com base nas metodologias, 2009

#### 4.4.6. Pontos fortes da CICATUR

Pode-se perceber que a partir da tabela os pontos positivos são encontrados em maior parte na tabela da CICATUR, com a comparação das variáveis em comum das duas metodologias, uniram-se alguns quesitos, como equipamentos e serviços/infraestrutura, valor intrínseco e representatividade.

Pontos fortes levantados na pesquisa de campo perante a avaliação da CICATUR seriam grau de uso atual, apoio local e comunitário e o estado de conservação da paisagem circundante, e os já citados acima.

Cada critério analisado argumenta as pontuações e o que é comentado perante eles. Como por exemplo: o seu grau de uso atual recebeu uma pontuação na avaliação de 2, assim, sua utilização é de média intensidade e fluxo.

Para melhor interpretação dos dados, os pontos positivos da metodologia que foram detalhados na avaliação, estipulando índices de 0 a 3.

O primeiro item é o acesso, serve para verificar as vias existentes, estado precário, necessitando de intervenções/melhorias e por último em ótimas condições.

O segundo item é a infraestrutura, que argumenta primordialmente se existe no atrativo e o estado desta. Se existe, porém em estado precário; se existe necessitando de intervenções/melhorias. E por último, existente e em ótimas condições.

O terceiro é a representatividade, tendo nenhuma ou também como elemento bastante comum. Pequeno grupo de elementos similares, e por último elemento singular, raro.

O quarto item é o grau de uso atual, com fluxo turístico insignificante, pequeno fluxo, média intensidade e fluxo e por último grande fluxo.

O quinto item, o apoio local e comunitário, como a existência de nenhum apoio, apoiado por uma pequena parte da comunidade, apoio razoável, apoiado por grande parte da comunidade.

O sexto item é o estado de conservação da paisagem circundante, que pode ser estado de conservação péssimo, estado de conservação singular, bom estado de conservação e ótimo estado de conservação.

Os pontos positivos desta metodologia são o acesso e apoio local e comunitário servem para justificarmos alguns itens concretizados nas avaliações dos atrativos do município de Irati-Pr.

#### 4.4.7. Pontos fortes da SETU

Pontos fortes levantados na pesquisa de campo perante a avaliação da SETU seriam acesso, transportes e equipamentos e serviços e seu valor intrínseco. Comparando com a CICATUR, não há análise de grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário e estado de conservação da paisagem circundante.

O item que merece destaque por estar presente na metodologia é o acesso, pois é a primeira coisa que se pensa quando queremos ir a uma localidade.

Para melhor interpretação dos dados, os pontos positivos da metodologia que foram detalhados na avaliação, estipulando índices de 0 a 3.

O primeiro item é o acesso, que para a SETU é classificado como, Rodoviário e Aéreo, Marítimo/ Fluvial, Ferroviário. As características para o primeiro item é precário, regular e bom, com pontuações de 1 a 3. O outro item é caracterizado como inexistente e existente, com pontuações 0 e 3.

O segundo item é o transporte que pode ser não existente, precário, regular e bom.

O terceiro item é o equipamento e serviços, que o atrativo não possui nenhum dos serviços utilizados, possui sinalização e serviços de limpeza. Possui sinalização, serviços de limpeza, instalações sanitárias, monitor especializado/guia local.

O valor intrínseco é contabilizado de 0 a 4, e possui análise separada em início para uma classificação específica. Tem como fases de avaliação

relacionar cada atrativo com as características relevantes. Assim, seleciona as contagens e volta para a classificação geral, junto com acesso, transporte e equipamentos.

A hierarquização da SETU é concretizada pelas estimativas dos dados já argumentados na tabela, e simplesmente a finalização do índice do atrativo.

A metodologia tem de positivo itens estudados e argumentados, como o valor intrínseco e o transporte.

#### 4.4.8. Pontos negativos da CICATUR

O único ponto que peca na metodologia da CICATUR perante etapa de avaliação é a falta de análise de transporte. O transporte é considerado necessário, pois a primeira pergunta que surge é: como chegar ao atrativo? Assim, a metodologia não responde essa questão.

Na etapa de hierarquização a metodologia estabelece uma ordem quantitativa para priorizar o atrativo, assim, as pontuações não são acessíveis, como a utilização de números decimais. É de grande proveito analisar as pontuações com números decimais, pois assim, amplia as argumentações pela escolha do atrativo.

#### 4.4.9. Pontos negativos da SETU

A metodologia da SETU na etapa de avaliação peca na falta de análise de alguns itens da CICATUR, como grau de uso atual, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante.



Mas os pontos negativos considerados da SETU são o valor intrínseco e as contagens das tabelas.

O valor intrínseco é caracterizado por inúmeros quadros de análise. Primeiramente a observação dos fatores relevantes que irão compor o valor intrínseco e posteriores o preenchimento desses caracteres na tabela de características relevantes, assim, cada avaliador apresenta uma pontuação específicos para os caracteres e depois são elaborados os valores médios. Soma todos os valores e divide pela quantidade de caracteres obtendo o valor intrínseco. Para finalizar, a média do valor intrínseco é incorporado ao quadro de avaliação e sendo todos tabulas.

Não há necessidade de todos esses quadros (para cada atrativo e valor intrínseco) e pontuações, deveriam simplesmente organizar uma tabela de dados semelhante aos outros itens analisados, com seus respectivos fatores principais.

Por isso a necessidade de comentar sobre as pontuações, pois a dificuldade de concretizar todos esses dados é enorme. Dificulta a finalização da hierarquia, que foi muito bem ordenada.

As pontuações dificultam muito, isso as torna um pouco negativo, que dificulta a avaliação.

#### 4.5. CONCLUSÃO DAS METODOLOGIAS

As características levantadas por meio da observação das metodologias são de que, os atrativos que merecem maior valor são os de interesse internacional, capazes de atrair uma maior corrente turística. Por essa razão também serem visitados os atrativos próximos a estes analisados, apresentando índices menores, e até mesmo uma importância regional, local, pela sua cultura e tradição.

Tudo dentro destas metodologias, os pontos positivos e negativos podem ser analisados nos resultados dos quadros. A hierarquia no quadro da CICATUR ficou sucinta, mas falta pressão e maior rigor na hora de avaliar os atrativos com pouco interesse para o mercado turístico. A hierarquia da SETU foi tão rigorosa que a Imagem de Nossa Senhora das Graças, adquiriu hierarquia inferior, pode-se observar que há problemas, pois para a CICATUR o atrativo recebeu a hierarquia máxima.

Observa-se que a metodologia da CICATUR é mais flexível nas características analisadas e sua hierarquização dificulta o total valor do atrativo. Já a SETU analisa de forma rigorosa a avaliação e sua hierarquia detalha melhor o seu valor excepcional.

Para a metodologia da CICATUR foram abordados os tópicos na avaliação como: grau de uso atual, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação da paisagem circundante, infraestrutura e acesso. Com diferencial de que cada item tem sua argumentação bem esclarecida e justificada.

Na avaliação da SETU ideias justificadas poderiam ser elaboradas, podendo assim estipular a criação de um critério de avaliação e hierarquização para o valor intrínseco. É selecionado como critério de avaliação o acesso, com pontuações para rodoviário, aéreo, marítimo/fluvial, ferroviário, equipamentos e serviços, com diferencial para o valor intrínseco e resultados do índice do atrativo.

Os atrativos analisados foram os mesmos da metodologia da CICATUR, descritas no item 4.5.1. Dados como acesso, sinalização, infra-estrutura, estão no item. Para a SETU os atrativos que não possuem na maioria das vezes nenhum interesse internacional ou nacional adquirem hierarquias inferiores, sendo uma avaliação concreta, valorizando pontos turísticos que a população local seleciona como primordial.

Aqui, pode-se analisar o desfalque entre as metodologias, pois em uma (CICATUR) a Imagem de Nossa Senhora da Graças ficou em primeiro lugar na

hierarquia, na outra (SETU) ficou classificada em última hierarquia. Comparando-se a Imagem com o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, pode-se perceber pela SETU que a Imagem não possui interesse nenhum nacional e internacionalmente. Mas na metodologia da CICATUR ela pode ser comparada ao Cristo Redentor, isso pode ser considerado um erro na metodologia.

Não há como dizer que a Imagem atrai a mesma quantidade de turistas do Cristo, pois o Cristo é conhecido internacionalmente. Suas vias de acesso, sinalização e infraestrutura são iguais, pois a Imagem recebeu notas muito pequenas nesses quesitos. A metodologia da SETU justificou o devido lugar da Imagem, e conclui que a CICATUR não avalia de forma sucinta um atrativo.

Mesmo as comparações das metodologias, com seus disparates, analisam que a CICATUR e a SETU estão à frente de interpretações perante este tema, pois líderes locais estão utilizando essas fundamentações para avaliar e hierarquizar os atrativos das cidades.

Vale lembrar que a abrangência das metodologias deve ser revista, não há como comparar atrativos de pequena representatividade com de interesses internacionais.

Metodologias devem ser criadas para cada abrangência específica. Como internacional, nacional, regional, local. Sempre pensando no bem estar da comunidade, na conservação deste meio, que pode trazer de benefícios para a comunidade e o turismo. E argumentar o quão importante para o meio e aprendizado acadêmico, na concretização de estudos desejados.

## **5. NOVA METODOLOGIA**

Este item foi criado com o intuito de unir as duas metodologias, não estando determinado nos objetivos específicos do trabalho, sendo concretizados nas considerações finais.

Com todas as análises feitas e argumentos concretizados, pode-se criar uma nova metodologia, que poderá ser utilizada por prefeituras, órgãos afins e até mesmo por universidades, para uma avaliação e hierarquização condizente de atrativos turísticos locais.

Contudo, inicia-se a metodologia pelos dados da avaliação, que serão classificados de 0 a 3, e descritos e argumentados pela metodologia da CICATUR, onde averigua e detalha melhor as pontuações.

Pode-se argumentar que as pontuações para a avaliação devem ser de 0 a 3, pois as duas metodologias utilizam disto. A hierarquia melhor é a da SETU, onde argumenta e detalha como pode ser cada pontuação variando de 0 a 4.

A pesquisa foi realizada no dia 15/10/2009.

Quadro 13: Nova metodologia de avaliação

<b>Crítérios/valores</b>				
<u>Potencial de atratividade</u>	0 <i>Nenhum</i>	1 <i>Baixo</i>	2 <i>Médio</i>	3 <i>Alto</i>
Grau de uso atual	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
Representatividade	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário	Nenhum	Apoio por pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoio por grande parte da comunidade
Estado de conservação da paisagem circundante	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação singular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
Infraestrutura/Equipamentos e serviços (peso 3)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitam de intervenção	Existente e em ótimas condições

			s/melhorias	
Acesso	Inexistente	Em estado precário	Necessitam do de intervenções s/melhorias	Em ótimas condições
Transporte	Inexistente	Em estado precário	Necessitam do de intervenções s/melhorias	Em ótimas condições

Fonte: FERRONATO, M. Z., com base na metodologia da CICATUR e SETU, 2009

O quadro incorporado é o da CICATUR, onde todas as suas interpretações e considerações foram feitas e descritas no item 3.6 do trabalho realizado.

#### Quadro 14: Nova metodologia de hierarquização

<b>Hierarquia 4:</b> <b>3,26/4,00</b>	Atrativo turístico de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só, de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto internacionais como nacionais.
<b>Hierarquia 3:</b> <b>2,51/3,25</b>	Atrativo turístico muito importante, em nível nacional, capaz de motivar uma corrente atual ou potencial, de visitantes nacionais ou internacionais, por si só ou em conjunto com outros atrativos.
<b>Hierarquia 2:</b> <b>1,76/2,50</b>	Atrativo com algum interesse, capaz de estimular correntes turísticas regionais e locais, atual ou potencial, e de interessar visitantes nacionais e internacionais que tiverem chegado por outras motivações turísticas.
<b>Hierarquia 1:</b> <b>1,00/1,75</b>	Atrativo complementar a outro de maior interesse, capaz de estimular correntes turísticas locais.

Fonte: FERRONATO, M. Z., com base na metodologia da SETU, 2005

O quadro selecionado é o da SETU, onde todas as suas análises e considerações foram feitas e descritas no item 3.7 do trabalho realizado.

## 5.1 ATRATIVOS AVALIADOS E HIERARQUIZADOS

A nova metodologia será aplicada somente em dois atrativos para observar se há viabilidade de implementação nos estudos de avaliação e hierarquização. Os atrativos selecionados foram: Igreja São Miguel e Igreja Imaculado Coração de Maria.

## 5.2 CRITÉRIOS DE CONTAGEM

- Ressaltar os itens que devem receber pontuações em triplo no quesito transporte e equipamentos e serviços/infraestrutura;
- Atenção nas pontuações: na avaliação é de 0 a 3 e na hierarquização de 1 a 4 e;
- Somam-se os pontos obtidos, junto com os pesos solicitados e organiza-se uma média dos dados selecionados, depois é dividido entre os participantes, e definindo-se o *ranking* de atrativos.

## 5.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Quadro 15: Dados da nova metodologia

<b>Atrativo</b>	<b>Hierarquias</b>
Igreja São Miguel	Hierarquia III
Imagem Nossa Senhora das Graças	Hierarquia II

Fonte: FERRONATO, M. Z., 2009.

## 5.4 CONCLUSÃO

A Igreja São Miguel recebeu argumentações em seu grau de uso atual variando média intensidade e fluxo. Sua representatividade ficou classificada perante a avaliação como de pequenos grupos de elementos similares. O apoio local e comunitário é considerado por pequena parte da comunidade. Estado de conservação da paisagem circundante foi avaliado com bom estado de conservação. Sua infra-estrutura e equipamentos e serviços, foram argumentados como existentes, mas necessitando de intervenções/melhorias. O acesso do atrativo também questiona a necessidade de intervenções/melhorias, e por último o transporte considerado como necessitando de intervenções/melhorias. Assim o atrativo recebeu hierarquia III.

Já a Imagem Nossa Senhora das Graças na nova metodologia observa que o atrativo no quesito grau de uso atual obteve um grande fluxo. Sua representatividade é como um elemento singular, raro. O apoio local e comunitário é descrito como feito por grande parte da comunidade. O estado de conservação da paisagem circundante é justificado como bom. Os equipamento e serviços junto com infraestrutura foram avaliados como existente, porém em estado precário. O acesso à Imagem é argumentado como precário. E por último na análise, o transporte, que foi descrito como inexistente. O atrativo recebeu hierarquia II.

A Igreja São Miguel é um atrativo localizado no centro da cidade, diferente da Imagem Nossa Senhora das Graças, que se encontra no perímetro urbano, que teve dificuldades em receber dos avaliadores notas elevadas, fazendo com que a Igreja ficasse a sua frente nas avaliações.

A Imagem também peca no seu acesso, que está deteriorado, com falta de cuidado da parte administrativa da prefeitura. A infraestrutura da Imagem peca no quesito de pouca infra-estrutura, somente agora que construíram banheiros públicos, mas falta revitalizar o parque e construir lanchonete.

A Igreja São Miguel, não possui lanchonetes dentro da sua área, mas por se tratar de perímetro urbano tem vários ao seu entorno, o que diferencia da Imagem, que não possui nada de lanchonetes. Seu acesso é facilitado e sanitários são encontrados, fazendo com que sua nota dispare da Imagem Nossa Senhora das Graças.

Os pontos chave da metodologia considerados positivos foi de que com a tabela da CICATUR pode-se avaliar melhor os atrativos, e assim colocando-os em seus devidos lugares, dentro de uma classificação considerada regional. O acréscimo do item transporte ajudou na análise ainda não feita pela metodologia da CICATUR perante estado do transporte.

A hierarquia da metodologia da SETU também foi solicitada, pelo ao seu alto grau de detalhes feitos nas classificações de cada atrativo.

Conclui-se que a nova metodologia pode ser aplicada em diferentes atrativos, dentro dos requisitos técnicos, como culturais, naturais, de atividades econômicas, eventos. E que se estabeleça uma ordem de hierarquia justa para atrativos, dependendo da importância que ele exerce em âmbito local, regional, nacional e até mesmo internacional.



## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa visou a concretização de dados do município de Irati-Pr, nos quais foram detalhados os objetivos, sendo eles, o objetivo principal comparar duas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos urbanos no município de Irati-Pr, a saber: a da SETU (Secretaria de Estado de Turismo do Paraná); e a da CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística).

Tendo como apoio os objetivos específicos de identificar os pontos fortes de ambas as metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos; identificar os pontos fracos de ambas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos; e avaliar ambas metodologias nos atrativos turísticos.

Para a finalização destes objetivos foi necessário desenvolver a problemática de pesquisa que era a comparação de duas metodologias de hierarquização e avaliação de atrativos turísticos, e neste sentido, por meio dos objetivos propostos, ocorreu a tentativa de concretizar a questão: as metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos aqui estudados atendem às necessidades do planejamento turístico?

Com essa questão foram argumentadas teorias sobre o planejamento do turismo, em pesquisas aprofundadas em livros, artigos, apostilas. E a utilização de métodos de avaliação e hierarquização. O trabalho abordou a comparação das metodologias de avaliação e hierarquização de atrativos urbanos no município de Irati-Pr, que se enquadraram no estudo do planejamento estratégico do turismo. Essas duas metodologias foram encontradas no livro Orientações para Gestão do Turismo Municipal, por escolha dos pesquisadores.

Por isso, pode-se argumentar que ocorreram enormes esforços para conseguir responder a questão norteadora do trabalho. Tendo o planejamento

como meta a seguir, e suas ações as metodologias de avaliação e hierarquização, pode-se dizer que a pesquisa foi realizada com total sucesso.

Os dados encontrados nas metodologias foram aplicados em onze atrativos do município, e todos hierarquizados e avaliados de acordo com as pontuações feitas pela comissão avaliadora. Pode-se agradecer a participação destes pelos esforços em concretizar a pesquisa.

Os atrativos que merecem ser citados são a Igreja São Miguel, a Praça Madalena Anciutti e a Imagem Nossa Senhora das Graças. Foram atrativos que receberam notas altas perante a avaliação e que num futuro próximo podem vir a tornarem-se atrativos reconhecidos nacionalmente.

O atrativo que merece apoio da Prefeitura Municipal de Irati seria o Centro de Tradições Willy Laars, pois na metodologia da SETU não alcançou a pontuação necessária. Sabendo que seu poder de atratividade, apoio local e comunitário, paisagens ao entorno não são dos mais favoráveis ao uso e à aplicação de qualquer coisa na localidade.

A partir das metodologias, dos pontos positivos e negativos questionados, avaliação das etapas de cada uma, revolveu-se criar uma nova metodologia, que detalhou a avaliação e hierarquização da Imagem Nossa Senhora das Graças e da Igreja São Miguel, argumentando as melhores etapas de cada metodologia, e as pontuações adquiridas colocaram em nível de importância e real valor que os atrativos possuem.

Com a nova metodologia criada pode-se fundamentar a avaliação das duas metodologias, que assim, observa-se que a SETU é a melhor, pois determina maiores pontos de avaliação e hierarquização.

Pode-se notar também que o atrativo que recebe, perante os avaliadores notas condizentes com a situação que se encontram, deve ser mais valorizado que atrativos que recebem maior número de visitação.

A intenção é de que com este trabalho a academia crie mais estudos relacionados ao tema e que os órgãos públicos selecionem as melhores matrizes para serem aplicadas nos atrativos turísticos.

Mostrando que não somente apenas o crescimento e o desenvolvimento local é um dever do turismo, mas também que atua de forma direta e efetiva. O planejamento do turismo não é uma tarefa fácil ou simples, mas tende a minimizar as dificuldades, pois os erros nas comunidades e no meio ambiente podem ser irreversíveis.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO, M.; **Manual de iniciação ao estudo do turismo**; Campinas: SP, Papyrus, 1995;

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 1996;

BRASIL, **Instituto brasileiro de geografia e estatística (IBGE)**, sendo publicado no dia: 24/08/2009, disponível:  
<<http://www.irati.pr.gov.br/municipio/localizacao.asp>>;

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 5ª ed. rev. e ampl. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002;

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

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução: Josely Vianna Baptista. Bauru, EDUSC, 2002;

BRAGA, D. C., **Planejamento turístico: teoria e prática**, Rio de Janeiro: Elservier, 2007;

FERNANDES, D. L., **Planejamento em áreas urbanas** (material didático: slides) Universidade Estadual do Centro Oeste, Irati, 2008, (MIMEO);

IRATI, **Inventário turístico municipal 2009**, Prefeitura Municipal de Irati, disponível em: <<http://www.irati.pr.gov.br/>>, acesso em: 21/03/2009;

IRATI, Prefeitura Municipal de Irati, disponível em: <<http://www.irati.pr.gov.br/>>, acesso em: 21/03/2009;

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Fundamentos econômicos do turismo. *In*: **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000;

MOLINA, S. **Turismo**: metodologia e planejamento; Edusc: Bauru, 2005;

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000;

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**, Porto Alegre: Bookman, 2003;

PARANÁ. **Orientações para gestão do turismo municipal**. Secretaria de Estado do Turismo, 2005;

PETROCCHI, M. **Gestão de pólos turísticos**. 2ª ed. São Paulo: Futura, 2001;

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998;

RUSCHMANN, D. V. de M., **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente, Campinas: Papirus, 1997;

\_\_\_\_\_, WINDER, G. **Planejamento turístico**, *In*: ANSARAH, **Turismo**: como apreender como ensinar, Vol2 Senac, 2000;

SOARES, J. G., CARDOZO, P. F., **A avaliação e hierarquização de atrativos turísticos como ferramenta para o planejamento turístico**, *Revistas Partes (on line)* sendo publicado no dia 05/12/2008, disponível em: <[www.partes.com.br](http://www.partes.com.br)>, acesso em 17/04/2009.

## APÊNDICES

**Apêndice A:** Matriz de Avaliação dos Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Metodologia da SETU (Secretária de Estado de Turismo do Paraná) pelo Mtur (Ministério do Turismo) no município de Irati-Pr

Quadro 16: Atrativo Centro de Tradições Willy Laars

<b>MUNICÍPIO:</b> Irati	<b>UF:</b> PR
<b>ATRATIVO:</b> Centro de Tradições Willy Laars	
<b>CATEGORIA:</b> Monumento	<b>TIPO:</b> Arquitetura Civil

FATORES	A	B	C	D	E	VALOR MÉDIO	PESO	PONTO DO FATOR
ACESSO	1	1	1			1	4	4
TRANSPORTE	0	0	0			0	3	0
EQUIPAMENTOS SERVIÇOS	E 1	1	1			1	3	3
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>						<b>1,11</b>	<b>10</b>	<b>11,1</b>
<b>SOMA</b>							<b>20</b>	<b>18,1</b>
<b>ÍNDICE DO ATRATIVO</b>							<b>IA=</b>	<b>0,90</b>

Fonte: FERRONATO, M. Z., com base na metodologia da SETU, 2005

**Apêndice B:** Matriz de Avaliação dos Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Nova Metodologia.

Quadro 17: Avaliação da Imagem Nossa Senhora das Graças

Atrativos	A	B	C	D	Infraestrutura Peso 3	Acesso	Transporte	Total
Imagem Nossa Senhora das Graças	2	3	3	2	1	1	0	14

Fonte: FERRONATO, M. Z., com base na metodologia da CICATUR



**Apêndice C:** Matriz de Avaliação de Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Metodologia da Cicatur no Município de Irati Pr  
 Quadro 18: Avaliação de Atrativos Turísticos Urbanos Perante a Metodologia da Cicatur no Município de Irati Pr

<b>Atrativos</b>	<b>A (v al or x 2)</b>	<b>B</b>	<b>C (val or x 2)</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>Infra- estrut ura</b>	<b>Acesso</b>	<b>Total</b>
<b>Atrativos Culturais</b>								
Monumento de N. S. das Graças	2	2	3	2	2	2	1	19
Parque Aquático e Exp. Sta Terezinha	2	2	2	2	1	2	1	16
C. de T. Willy Laars	1	1	1	2	0	1	1	9
Igreja N. S. da Luz	0	1	0	2	2	2	2	9
Igreja São Miguel	1	0	1	2	2	2	2	12
Igreja Ucraniana	1	1	2	1	1	1	1	11

Casa da Cultura	1	2	1	1	1	0	2	10
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	----

<b>Atrativos</b>	<b>A (va lor x 2)</b>	<b>B</b>	<b>C (val or x 2)</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>Infra- estrut ura</b>	<b>Acesso</b>	<b>Total</b>
Praça da Bandeira	0	0	1	0	1	1	2	6
Praça Edgard Andrade Gomes (Rod)	1	0	1	1	2	1	2	10
Praça Etelvina Andrade Gomes	0	1	1	1	1	2	2	9
Praça Madalena Anciutti (Monumento a Bíblia)	1	0	1	1	2	1	2	11

Fonte: FERRONATO, M. Z., com base na metodologia da CICATUR, 2005.