

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
INSTITUTO DE GEOGRAFIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**ALFREDO ARANTES GUIMARÃES SILVEIRA**

**REDES SOCIAIS E TURISMO NO ESTADO DE GOIÁS: CONTRIBUIÇÕES DA  
GEOLOCALIZAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO**

**UBERLÂNDIA-MG**

**2023**

**ALFREDO ARANTES GUIMARÃES SILVEIRA**

**REDES SOCIAIS E TURISMO NO ESTADO DE GOIÁS: CONTRIBUIÇÕES DA  
GEOLOCALIZAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Geografia.

Área de Concentração: Geografia e Gestão do Território.

Linha de Pesquisa: Dinâmicas Territoriais.

Orientador: Prof. Dr. Júlio Cesar de Lima Ramires.

**UBERLÂNDIA-MG**

**2023**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

---

S587r  
2023 Silveira, Alfredo Arantes Guimarães, 1986-  
Redes sociais e turismo no estado de Goiás [recurso eletrônico] :contribuições da geolocalização para o desenvolvimento do setor turístico / Alfredo Arantes Guimarães Silveira. - 2023.

Orientador: Júlio Cesar de Lima Ramires.  
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia.

Modo de acesso: Internet.

Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.te.2023.8057>

Inclui bibliografia.

1. Geografia. I. Ramires, Júlio Cesar de Lima, 1959-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em Geografia. III. Título.

CDU: 910.1

---

André Carlos Francisco  
Bibliotecário - CRB-6/3408



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
 Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Geografia  
 Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 1H, Sala 1H35 - Bairro Santa Monica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902  
 Telefone: (34) 3239-4381/3291-6304 - www.ppgeo.ig.ufu.br - posgeo@ufu.br



### ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em:	GEOGRAFIA				
Defesa de:	Tese de Doutorado Acadêmico, Número 248, PPGEO				
Data:	26 de julho de 2023	Hora de início:	13h:30min.	Hora de encerramento:	18h:00min.
Matrícula do Discente:	11913GEO001				
Nome do Discente:	ALFREDO ARANTES GUIMARÃES SILVEIRA				
Título do Trabalho:	REDES SOCIAIS E TURISMO NO ESTADO DE GOIÁS: CONTRIBUIÇÕES DA GEOLOCALIZAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO				
Área de concentração:	DINÂMICAS TERRITORIAIS E ESTUDOS AMBIENTAIS				
Linha de pesquisa:	DINÂMICAS TERRITORIAIS				
Projeto de Pesquisa de vinculação:					

Reuniu-se no Campus Santa Mônica de forma on-line (Sala 14) do Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em GEOGRAFIA, assim composta: Professores Doutores: Regina Maria Jordão Cardoso de Castro - IFG-GO; Magda Valéria da Silva - UFCAT - GO; Geisa Daise Gumiero Clepes - IG - UFU; Beatriz Ribeiro Soares - IG - UFU e Julio Cesar de Lima Ramires - IG-UFU (orientador do candidato). Os Professores externos participaram de forma on line.

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Professor Julio Cesar de Lima Ramires - IG-UFU, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato, agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

**Aprovado(a).**

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de **Doutor**.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.





Documento assinado eletronicamente por **Julio Cesar de Lima Ramires, Professor(a) do Magistério Superior**, em 26/07/2023, às 17:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Geisa Daise Gumiero Cleps, Professor(a) do Magistério Superior**, em 26/07/2023, às 17:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Magda Valéria da Silva, Usuário Externo**, em 26/07/2023, às 17:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Regina Maria Jordão Cardoso de Castro, Usuário Externo**, em 26/07/2023, às 17:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Beatriz Ribeiro Soares, Professor(a) do Magistério Superior**, em 26/07/2023, às 17:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **4588919** e o código CRC **A578EF9B**.

Dedico esta tese à minha família.

Aos meus pais, Cid e Maria, pelo incentivo.

A minha esposa, Thaíza, pela dedicação e paciência.

Ao meu filho, Cauã, por ser minha motivação de crescimento contínuo.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por colocar as pessoas certas, nas horas certas, em minha vida. Agradeço a Ele, pelo entendimento nos momentos de ansiedade e por garantir minha saúde e da minha família em todo esse período.

Thaíza, obrigado pela presença, obrigado pela paciência e entendimento de que em muitos momentos eu precisava de isolamento para conseguir escrever. Obrigado por se dedicar em dobro à nossa família nestes momentos.

Cauã, obrigado por existir, obrigado por ser minha motivação diária em busca de crescimento pessoal.

Pai e Mãe, obrigado por sempre me incentivarem.

Tio Luiz e Regma, obrigado pelo constante incentivo acadêmico.

Agradeço ao Silas Tristão pela paciência e pela flexibilidade nos horários de trabalho nestes cinco anos de Doutorado. Agradeço aos Professores Idelvone Ferreira e Rafael de Ávila pelas oportunidades.

Agradeço à Universidade Federal de Uberlândia, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia e aos professores do Programa, pelas referências e pelos debates dentro e fora de sala.

Agradeço ao meu orientador Júlio Cesar de Lima Ramires, pela orientação e principalmente pela paciência.

A vida é o que fazemos dela.  
As viagens são os viajantes.  
O que vemos, não é o que vemos, senão o que somos.

Fernando Pessoa

## RESUMO

O setor turístico experimentou um crescimento expressivo ao longo das últimas décadas, tornando-se um dos principais atores do comércio internacional, representando uma das principais fontes de renda para muitos países em desenvolvimento, tendo nas atividades turísticas, uma das possibilidades de alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. No Brasil, o Ministério do Turismo tem o Plano Nacional de Turismo como balizador das políticas públicas do setor, destacando-se ainda o Programa de Regionalização do Turismo e o Mapa do Turismo Brasileiro como ferramentas essenciais para a definição das regiões turísticas nos Estados e para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo a partir de critérios normatizados. Neste sentido, a pesquisa foi norteadada pela hipótese de que a metodologia estabelecida pelo Ministério do Turismo para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro poderia subdimensionar o potencial turístico existente no estado de Goiás, uma vez que ao considerar basicamente critérios administrativos, normativos e econômicos, subvaloriza o atrativo turístico em si. O objetivo geral da tese é avaliar a existência de atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás através de dados de geolocalização existentes na rede mundial de computadores, visando subsidiar políticas de desenvolvimento do setor turístico. Tendo como recorte territorial o estado de Goiás e como objeto de análise as localidades e as atividades que possuem sinergia com o turismo em natureza foram realizadas análises espaciais a partir de postagens na rede social Instagram com geotags associadas, bases cartográficas e informações oficiais de órgãos públicos e ainda, bases cartográficas construídas em processos de mapeamento colaborativo, com o propósito de confrontar o potencial turístico mapeado com a presença ou ausência dos municípios goianos no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022. O resultado alcançado consolidou o diagnóstico de que municípios com ambientes que possuem sinergia com atividades voltadas ao turismo em natureza, não estavam inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022, confirmando a hipótese de que a metodologia estabelecida pelo Ministério do Turismo Brasileiro para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo subdimensiona o potencial turístico existente, ao considerar apenas critérios administrativos, normativos e econômicos, em detrimento do protagonista do potencial turístico, o atrativo turístico, aquele que motiva o turista a se deslocar, buscando descanso, lazer e qualidade de vida através do contato com a natureza.

**Palavras-chave:** Tecnologias da Informação e Comunicação. Geolocalização. Turismo em Natureza. Redes Sociais. Goiás.

## ABSTRACT

The tourism sector has experienced significant growth over the last few decades, becoming one of the main players in international trade, representing one of the main sources of income for many developing countries, with tourism activities being one of the possibilities for achieving the Goals of Sustainable Development of the United Nations. In Brazil, the Ministry of Tourism has the National Tourism Plan as a benchmark for public policies in the sector, with emphasis on the Tourism Regionalization Program and the Brazilian Tourism Map, as essential tools for defining tourist regions in the States and for the inclusion of municipalities in the Tourism Map based on standardized criteria. In this sense, the research was guided by the hypothesis that the methodology established by the Ministry of Tourism for the inclusion of municipalities in the Brazilian Tourism Map could underestimate the existing tourist potential in the state of Goiás, since when basically considering administrative, normative and economic, undervalues the tourist attraction itself. The general objective of the thesis is to evaluate the existence of nature tourism attractions in the state of Goiás through geolocation data existing on the world wide web, aiming to subsidize policies for the development of the tourism sector. Having the state of Goiás as a territorial focus and as an object of analysis, the locations and activities that have synergy with nature tourism, spatial analyzes were carried out from posts on the social network Instagram with associated geotags, cartographic bases and official information from agencies public and also cartographic bases built in collaborative mapping processes, with the purpose of confronting the tourist potential mapped with the presence or absence of Goiás municipalities in the Brazilian Tourism Map of the year 2022. The result achieved consolidated the diagnosis that municipalities with environments that have synergy with activities aimed at nature tourism were not included in the Brazilian Tourism Map of the year 2022, confirming the hypothesis that the methodology established by the Brazilian Ministry of Tourism for the insertion of municipalities in the Tourism Map undersizes the existing tourist potential, by considering only administrative, normative and economic criteria, to the detriment of the protagonist of the tourist potential, the tourist attraction, the one that motivates the tourist to move, seeking rest, leisure and quality of life through contact with nature.

**Keywords:** Information and Communication Technologies. Geolocation. Nature Tourism. Social Networks. Goiás.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Material de marketing e divulgação da Goiás Turismo .....	37
Figura 2 - Cadernos Temáticos da Goiás Turismo.....	38
Figura 3 - Mapa do Turismo no Estado de Goiás - Regiões Turísticas - 2023.....	43
Figura 4 - Municípios brasileiros inseridos no Mapa do Turismo (Abril/2023).....	48
Figura 5 - Distribuição espacial dos municípios do estado de Goiás no Mapa do Turismo .....	49
Figura 6 - Fontes de informação do Turista nos anos de 2009 e 2019 .....	84
Figura 7 - As redes sociais com maior número de usuários no mundo - 2022.....	85
Figura 8 - Redes sociais favoritas no Brasil - 2022.....	86
Figura 9 - Perfil oficial da @goiasturismo.....	87
Figura 10 - Feed do perfil @goiasturimo.....	88
Figura 11 - Feed do perfil @goiasturimo.....	88
Figura 12 - Feed do perfil @goiasturimo.....	89
Figura 13 - Feed do perfil @goiasturimo.....	89
Figura 14 - Plataformas e softwares de mineração de dados em redes sociais.....	89
Figura 15 - Seleção e recorte das postagens do perfil @goiasturismo no Instagram.....	91
Figura 16 - Universo amostral e espacialização de postagens de no Instagram .....	92
Figura 17 - Análise das postagens selecionadas - pontos 1 a 20 .....	97
Figura 18 - Análise das postagens selecionadas - pontos 21 a 40.....	98

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Categorização e Estabelecimentos do Setor Hoteleiro em Goiás (2019).....	55
Gráfico 2 - Categorização e Meios de Hospedagem em Goiás (3º Trimestre/2022) .....	56
Gráfico 3 - Análise comparativa dos meios de hospedagem em Goiás (2019 e 2022) .....	57
Gráfico 4 - Categorização e Empregos Formais no setor hoteleiro em Goiás (2019).....	58
Gráfico 5 - Categorização e Estimativa de Turistas Domésticos em Goiás (2019) .....	59
Gráfico 6 - Categorização e Estimativa de Turistas Internacionais em Goiás (2019).....	59
Gráfico 7 - Categorização e arrecadação de impostos no Setor Hoteleiro em Goiás (2019) .....	60
Gráfico 8 - Comparativo do uso das mídias sociais nas etapas de uma viagem .....	83
Gráfico 9 - Comparativo do universo amostral para cada etapa de seleção de dados .....	95
Gráfico 10 – Municípios, Mapa do Turismo Brasileiro (2022) e postagens no Instagram.....	103
Gráfico 11 - Postagens @goiasturismo e Mapa do Turismo Brasileiro (2022).....	104
Gráfico 12 - Acampamentos turísticos em Goiás - Cadastur (2022).....	106
Gráfico 13 - Guias de turismo no estado de Goiás - Cadastur (2022).....	109
Gráfico 14 - Atividades de apoio ao turismo náutico e pesca desportiva em Goiás - Cadastur (2022) .....	112



## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Mapa de localização das postagens do perfil do Instagram @goiaturismo no período de 10/01/2014 a 21/02/2022 no estado de Goiás - Brasil.....	94
Mapa 2 - Mapa de localização das postagens do perfil do Instagram @goiaturismo em áreas rurais e seleção amostral - Goiás - Brasil .....	96
Mapa 3 - Mapa de localização das postagens selecionadas no perfil do Instagram @goiaturismo e municípios do Mapa do Turismo Brasileiro (2022) no estado de Goiás .....	102
Mapa 4 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no Cadastur - Acampamentos Turísticos (3º Trimestre/2022) no estado de Goiás.....	107
Mapa 5 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no Cadastur - Guias de Turismo (3º Trimestre/2022) no estado de Goiás.....	110
Mapa 6 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no estado de Goiás segundo Cadastur - Atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva (3º Trimestre/2022).....	113
Mapa 7 - Mapa de localização das Unidades de Conservação Federais e Estaduais segundo o Cadastro Nacional de Unidades de Conservação no estado de Goiás.....	117
Mapa 8 - Mapa de localização de Sítios Geológicos e Paleontológicos, Geoparques e Cavernas Naturais Subterrâneas no estado de Goiás .....	119
Mapa 9 - Mapa de localização dos reservatórios de hidroelétricas e trechos navegáveis de rios livres no estado de Goiás.....	121
Mapa 10 - Mapa de localização dos pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza da plataforma Open Street Maps no estado de Goiás .....	124
Mapa 11 - Mapa de localização dos pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza no canal Cachoeiras do Brasil no estado de Goiás.....	125
Mapa 12 – Mapa de localização dos atrativos do turismo em natureza e situação dos municípios goianos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2022. ....	137

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorização dos municípios no Mapa do Turismo - Goiás (Abril/2023) .....	50
Quadro 2 - Categorização dos municípios de Goiás e Inventário da Oferta Turística (Abril/2023).....	52
Quadro 3 - Categorização dos municípios e dados econômicos no Estado de Goiás .....	54
Quadro 4 - Segmentos do mercado turístico .....	66
Quadro 5 - Postagens no perfil @goiasturismo e Mapa do Turismo .....	101
Quadro 6 – Municípios goianos e a presença de atrativos do turismo em natureza.....	132

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

API	Interface de Programação de Aplicação
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CANIE	Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas
CNAE	Canastro Nacional de Atividades Econômicas
CNUC	Cadastro Nacional de Unidades de Conservação
COVID-19	Coronavírus Disease 2019
DAIA	Distrito Agroindustrial de Anápolis
DETUR	Departamento de Turismo
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
GMT	Greenwich Mean Time
GO	Goiás
GPS	Sistemas de Posicionamento Global
IA	Inteligência Artificial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBIO	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MTur	Ministério do Turismo
NTICs	Novas Tecnologias da Informação e Comunicação
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
OSM	Open Street Maps
PB	Paraíba
PCHs	Pequenas Centrais Hidroelétricas
PIB	Produto Interno Bruto
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PR	Paraná
PRODETUR-NE	Programa Desenvolvimento do Turismo no Nordeste

PRT	Programa de Regionalização do Turismo
QGIS	Quantum GIS
RAIS	Relatório Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEGITTUR	Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e das Tecnologias
SEMAD	Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável
SGB/CPRM	Serviço Geológico do Brasil
SIEG	Sistema Estadual de Geoinformação do Estado de Goiás
SIG	Sistemas de Informação Geográfica
SIGA	Sistema de Informações Geográficas Ambientais do Estado de Goiás
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação
TIGs	Tecnologias de Informação Geográfica
UCs	Unidades de Conservação
UHE	Usina Hidroelétrica
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WTM	World Travel Market
WTTC	World Travel & Tourism Council
WWW	Word Wide Web

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>2</b>	<b>CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL E EM GOIÁS.....</b>	<b>27</b>
<b>3</b>	<b>MAPA DO TURISMO, REGIÕES TURÍSTICAS E CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NO ESTADO DE GOIÁS .....</b>	<b>40</b>
<b>4</b>	<b>TURISMO, GEOGRAFIA E REDES SOCIAIS: REFERENCIAIS TEÓRICOS.....</b>	<b>63</b>
4.1	Segmentação turística e o turismo em natureza .....	63
4.2	Geografia e as novas tecnologias da informação e comunicação .....	69
4.3	Geolocalização, turismo e redes sociais .....	73
<b>5</b>	<b>INVESTIGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS E O TURISMO EM NATUREZA .....</b>	<b>81</b>
5.1	Tecnologias da informação e comunicação, redes sociais e o turismo.....	81
5.2	Espacialização do turismo em natureza em Goiás a partir da rede social Instagram ..	91
5.3	O mapa do turismo em Goiás e o turismo em natureza nas redes sociais .....	99
5.4	O mapa do turismo e o cadastro de prestadores de serviços no estado de Goiás .....	105
5.5	O mapa do turismo e os atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás .....	114
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>128</b>
<b>7</b>	<b>CHEGADA OU PRÓXIMO DESTINO?.....</b>	<b>140</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>142</b>

# INTRODUÇÃO

*Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros  
Região Turística da Chapada dos Veadeiros*

Fonte: Goiás (2022d).

Ver: <https://www.instagram.com/p/CnQRELhtrit/>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, o setor turístico experimenta um crescimento contínuo ao longo das últimas décadas, tornando-se um dos principais atores do comércio internacional, representando uma das principais fontes de renda para muitos países em desenvolvimento. Entretanto, mesmo com esta disseminação global, a produção de benefícios para o bem-estar econômico depende da qualidade e receitas da oferta do turismo (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2019).

O relatório da 24ª Assembleia Geral da Organização Mundial do Turismo, citando o crescimento contínuo do setor, diz que entre os anos de 2009 e 2019, a chegada de turistas internacionais cresceu em média 5% ao ano, acumulando um aumento de cerca de 63% ao final do período, concretizando o turismo como um dos principais setores socioeconômicos do mundo e colocando o setor, no ano de 2019, como responsável por 4% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial (UNITED NATIONS, 2021).

O crescimento contínuo do setor a nível mundial experimentado até o ano de 2019, foi interrompido pela pandemia do *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) com grande queda nas viagens e receitas do turismo em função das restrições globais impostas para frear a propagação do vírus. A pandemia do COVID-19 trouxe impactos negativos para a atividade turística em todo o mundo, trazendo no ano de 2020 a maior queda histórica para o setor, superando os prejuízos da crise econômica global de 2009. A contribuição do turismo ao PIB mundial, que no ano de 2019 representou 4%, no ano de 2020 chegou a apenas 1,8% do mesmo indicador, representando cerca de 70% de redução na participação do PIB mundial, materializados em prejuízos financeiros e sociais em todo o mundo (UNITED NATIONS, 2021).

O relatório da 24ª Assembleia Geral da Organização Mundial do Turismo, com dados estimados para o fechamento do ano de 2021, apresentou a previsão de que mesmo com o avanço mundial no processo de vacinação contra a COVID-19, o ano de 2021 terminaria com uma queda entre 70% e 75%, chegando a 2% do PIB global, resultado do processo de recuperação inicial do turismo doméstico e do aumento de gastos nas viagens nacionais e internacionais (UNITED NATIONS, 2021). Ainda, a recuperação do turismo a nível global no ano de 2022 foi fortemente influenciada pelo crescimento do turismo doméstico com as viagens perto de casa, as atividades ao ar livre, o turismo de natureza e o turismo rural (UNITED NATIONS, 2022).

O Departamento de Inteligência de Mercado e Competitividade de Turismo da OMT, apresentou dados consolidados do Barômetro do Turismo Mundial para os anos de 2019, 2020,

2021 e 2022, com os cenários de crescimento do setor para o ano de 2023. O documento, que avalia as chegadas de turistas internacionais a nível mundial, comparando a variação anual com o período pré-pandêmico, portanto, tendo como referência o ano de 2019, demonstrou uma redução dos percentuais de chegada de turistas internacionais de -72% no ano de 2020, -69% no ano de 2021 e -37% do ano de 2022, apresentando ainda dois cenários de crescimento para o ano de 2023, ainda abaixo do resultado global alcançado no ano de 2019, sendo o primeiro com previsão de -5% e o segundo de -20% nas chegadas de turistas internacionais a partir do ano de 2019, demonstrando uma retomada do setor turístico a nível global após o período de pandemia, especialmente no ano de 2022 (UNITED NATIONS, 2023).

O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), no documento “Pesquisa Anual de 2021: Principais Destaques” traz dados da atividade turística no Brasil, demonstrando que no ano de 2019 os setores de viagens e turismo contribuíram com 7,7% do total da economia e no ano de 2020 os setores totalizaram 5,5% do total da economia brasileira, refletindo uma redução de 32,6% do setor na economia do país. Ainda, comparativamente, analisando os dados dos anos de 2019 e 2020, houve uma redução de 19% nos empregos gerados, de 39,1% na participação do turismo internacional e de 35,6% no turismo doméstico, refletindo o impacto da pandemia do COVID-19 na economia turística do país (WORD TRAVEL & TOURISM CONCIL, 2021).

Considerando a importância expressiva do turismo no cenário econômico mundial e fundamentalmente o destaque das atividades turísticas como uma das possibilidades de alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especialmente a redução da desigualdade e da injustiça, a erradicação da pobreza e o combate às mudanças climáticas, é fundamental a disseminação de práticas adotadas para o fortalecimento de um turismo racional, socialmente justo e ambientalmente sustentável. Dentre estas práticas, autores como Barbosa (2011), López (2017) e Urano, Siqueira e Nóbrega (2016), destacam o fortalecimento do turismo a partir do estabelecimento de redes e da utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs).

As Tecnologias da Informação e Comunicação, conforme discutem Barbosa (2011), López (2017) e Urano, Siqueira e Nóbrega (2016), além do fortalecimento das redes de experiências entre os representantes do setor turístico, também se destacam como importantes ferramentas de marketing, pela interatividade entre turistas e os atores vinculados à atividade turística, tais como as agências de turismo, os hotéis, os restaurantes, os destinos turísticos, as companhias de transporte e pela troca de informações e experiências, dinamizando e facilitando a comunicação com os usuários, que por sua vez, ao compartilharem seus relatos e vivências,



retroalimentam as redes de informação, permitindo a divulgação e a avaliação dos destinos turísticos e dos serviços prestados.

A exaustão do modelo do turismo de massa e a efusão de outras práticas turísticas, representam uma oportunidade para outras modalidades de turismo, que devem se apropriar da utilização das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação para a consolidação de suas redes frente à capacidade competitiva dos grandes players do turismo. Destacando a importância das TICs no turismo no ano de 2019, a 13ª cúpula dos Ministros da OMT destacou a inovação e a tecnologia do turismo e seu lugar no empoderamento das comunidades rurais, definindo o "Desenvolvimento Rural e Turismo" como tema do Dia Mundial do Turismo para o ano de 2020 (UNITED NATIONS, 2019).

No Brasil, o Ministério do Turismo (MTur), órgão da administração pública federal, é o responsável pela elaboração e execução da política nacional de desenvolvimento do turismo, pelo planejamento, a coordenação, a supervisão e a avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo e ainda pela criação de diretrizes para a integração das ações e dos programas para o desenvolvimento do turismo nacional entre os governos federal, estaduais, distrital e municipais, tendo como um dos instrumentos de planejamento o Plano Nacional de Turismo.

O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018 - 2022, desenvolvido pelo Ministério do Turismo, estabelece para o desenvolvimento do turismo nacional no período de 2018-2022, quatro diretrizes, dentre as quais destacam-se o “Fortalecimento da Regionalização” e o “Incentivo a Inovação”, entendendo que é imprescindível que se compreenda o processo de desenvolvimento territorial regionalizado e cooperado; e que se fomente a inovação tecnológica constante no setor, como instrumentos de contribuição para transformar o turismo em uma das atividades econômicas prioritárias do país.

Além da definição de uma diretriz específica para fortalecimento do processo de regionalização do turismo no país, o PNT estabelece importantes estratégias como “Estimular a realização de estudos para conhecimento dos mercados-alvo” e “Ampliar a divulgação e o acesso às informações e aos dados turísticos”, corroborando com a necessidade de avaliação do potencial turístico no país e com o avanço no uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (BRASIL, 2018b).

Considerada a importância do Plano Nacional de Turismo como balizador das políticas públicas do setor, ainda destacam-se o Programa de Regionalização do Turismo e o Mapa do Turismo Brasileiro como ferramentas essenciais para a definição das regiões turísticas nos Estados e para a inserção dos Municípios no Mapa do Turismo a partir de critérios normatizados

pelo Ministério do Turismo e que também classificam os municípios conforme o desempenho econômico do setor de turismo, processo este construído a partir de metodologia de coleta de dados oficiais, existentes e atualizáveis, relacionadas à economia do turismo, baseados na existência de estrutura administrativa, legislação específica e comprovação de prestadores de serviços turísticos, desconsiderando, em uma análise preliminar, o atrativo turístico em si, o polo gerador de atração do turista.

Paralelamente à utilização de critérios normativos, administrativos e econômicos para a inserção e categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, o Ministério do Turismo desenvolve o Programa DataTur, voltado à disponibilização de informações turísticas georreferenciadas e os Programas Câmara do Turismo 4.0 e Destinos Turismos Inteligentes (DTI) Brasil, que tem por finalidade a implementação de ações para a transformação de destinos turísticos em destinos turísticos inteligentes, através do desenvolvimento de Novas Tecnologias no setor do Turismo.

De acordo com o Ministério do Turismo, citando a Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e das Tecnologias da Espanha, um destino turístico inteligente é definido como um ambiente turístico acessível a todos e inovador,

“[...] consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes” (SOCIEDAD MERCANTIL ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS, 2013 apud BRASIL, 2021a).

Ainda, de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), um destino turístico inteligente deve se basear em três pilares: governança, tecnologia e desenvolvimento sustentável, facilitando “[...] a interação e integração do visitante antes, durante e depois da viagem, e agregando valor na qualidade de sua experiência com o destino por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras” (SEBRAE, 2022).

Dada a importância ao incentivo para a inovação no âmbito do Plano Nacional do Turismo e ainda destacados os critérios atualmente utilizados para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, a tese tem como questão central, a hipótese de que a metodologia para a inserção dos municípios neste Mapa do Turismo pode subdimensionar o potencial turístico existente, implicando na marginalização daqueles que não atendam aos critérios normatizados exigidos.

O estado de Goiás, com 246 municípios Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apresentou, considerando os dados do Ministério do Turismo coletados ao final do mês de abril do ano de 2023, o total de 91 municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, representando apenas 37% dos municípios goianos, enquanto os outros 155 municípios, representando 63%, não estavam, à época, inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (IBGE, 2020).

Dentre os municípios goianos que estão “excluídos” do Mapa do Turismo Brasileiro, tendo como referência o mês de abril de 2023, podemos destacar aqueles que estão às margens do rio Araguaia, como Montes Claros de Goiás, Jussara e Britânia; aqueles que estão às margens do rio Paranaíba e de seus reservatórios, como Itajá, Itarumã, Paranaiguara, Gouvelândia, Inaciolândia, Corumbaíba, Água Limpa, Cumari, Anhanguera, Catalão, Ouvidor e Davinópolis; aqueles que possuem Unidades de Conservação Estaduais ou Federais (BRASIL, 2023a), ainda não citados, como Água Limpa e Goianópolis; ou ainda, aqueles que de acordo com os dados do Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas (BRASIL, 2022a), parte integrante do Sistema Nacional de Informação do Meio Ambiente e gerenciado pelo Instituto Chico Mendes de Biodiversidade (ICMBio), possuem patrimônio espeleológico, como Campinaçu, Vila Propício, Sítio d’Abadia, Alvorada do Norte, Iaciara, Cabeceiras, Vila Boa, Itaberaí, Indiara, Faina, Israelândia, Cachoeira de Goiás, Palmeiras de Goiás, Formoso, Mimoso de Goiás, Água Fria de Goiás e Campos Belos.

Desta maneira, para a confirmação ou refutação da hipótese de subdimensionamento do potencial turístico existente, será realizada a avaliação do potencial turístico tendo como recorte territorial o estado de Goiás, a partir da utilização de dados espaciais de geolocalização associados (I) às publicações em redes sociais na rede mundial de computadores, (II) às bases cartográficas oficiais de órgãos públicos e (III) às bases cartográficas de mapeamentos colaborativos, com o propósito de contribuir com as políticas públicas de desenvolvimento do setor turístico. Neste sentido, temos como problema a ser analisado, a possibilidade de existência de um potencial turístico subestimado em Goiás, a partir de atrativos turísticos ligados ao turismo em natureza.

Diante deste problema central e considerando (I) a importância do Mapa do Turismo Brasileiro, (II) a contribuição do setor para as dinâmicas socioeconômicas do país, e (III) o poder de alcance ao consumidor a partir do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação, esta tese se propôs a buscar respostas aos seguintes questionamentos:

- a) de que maneira as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e as Tecnologias de Informação Geográfica (TIGs) podem contribuir para o desenvolvimento do turismo?
- b) qual o nível de utilização de dados espaciais na rede mundial de computadores para a construção de políticas públicas de fomento ao turismo?
- c) o que os resultados alcançados revelam sobre a metodologia utilizada pelo MTur para a construção do Mapa do Turismo Brasileiro?

A busca por respostas aos questionamentos apresentados, nos deu em um horizonte ampliado a justificativa para a condução da pesquisa, representada pela importância e o retorno social, ambiental e acadêmico ao tema proposto.

O método de investigação proposto neste estudo, consiste na sistematização de procedimentos em busca de informações e dados necessários para responder à pergunta colocada para a pesquisa. Considerando o objeto de estudo e o objetivo geral proposto de avaliar a existência de atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás através de dados de geolocalização existentes na rede mundial de computadores, o caminho trilhado durante o processo de investigação passou pela pesquisa de referencial teórico que subsidiasse a definição do procedimento metodológico a ser utilizado para a coleta dos dados geolocalizados e pela aplicação prática em si, a partir da coleta, passando pelo tratamento dos dados e chegando à espacialização da informação através dos produtos cartográficos, que subsidiarão a discussão sobre os atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás.

No que diz respeito a importância social, o setor turístico tem papel de destaque no cenário econômico do país e na geração de empregos diretos e indiretos. Tendo o ambiente rural como suporte ao desenvolvimento do turismo em natureza, a exploração das atividades e atrativos turísticos, podem representar papel fundamental para a diversificação das possibilidades de renda ao homem do campo. Ademais, considerando a paisagem rural como ambiente de suporte ao turismo e a necessidade de preservação da “matéria-prima” do turismo em natureza, destaca-se a importância do homem do campo, enquanto protagonista na preservação ambiental.

Quando se justifica a pesquisa pelo viés da importância ambiental, é necessário o entendimento de que a exploração sustentável do ambiente pelo turismo remete à necessidade de manutenção da conservação destas paisagens para atendimento das expectativas do turista, restringindo o uso destes ambientes para outras finalidades que possam desqualificar sua condição de conservação.

Do ponto de vista acadêmico, a importância desta pesquisa está em refletir sobre a discussão teórico-metodológica do papel das Tecnologias da Informação e Comunicação e das Tecnologias da Informação Geográfica no fortalecimento do turismo e na utilização eficaz das geotecnologias para o monitoramento dos atrativos turístico e na construção de políticas públicas para o setor.

A definição do estado de Goiás como espaço/território de análise das políticas públicas e do potencial turístico a partir da hipótese aqui colocada, também tem como critério de escolha a vivência do pesquisador com as discussões ambientais no estado e o conhecimento, inicialmente empírico, do potencial do turismo em natureza subdimensionado e subutilizado em várias regiões goianas.

O objetivo geral desta pesquisa, portanto, é avaliar a existência de atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás através de dados de geolocalização existentes na rede mundial de computadores, visando subsidiar políticas de desenvolvimento do setor turístico. O desenvolvimento da pesquisa, tendo como horizonte o objetivo geral, passa pelo atendimento dos seguintes objetivos específicos:

- a) analisar a metodologia de construção do Mapa do Turismo Brasileiro e do processo de Categorização dos Municípios;
- b) espacializar os municípios goianos com potencial ao turismo em natureza, através do processamento de dados geográficos (geotag) associados a postagens em redes sociais, bases cartográficas oficiais de órgãos públicos e mapeamentos colaborativos, avaliando a situação dos municípios no Mapa do Turismo;
- c) mapear a distribuição dos prestadores de serviços turísticos relacionados ao turismo em natureza no estado de Goiás, avaliando a situação dos municípios no Mapa do Turismo;
- d) avaliar o processo de inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro e identificar os municípios com potencial turístico relacionado ao turismo em natureza que não estão inseridos no Mapa do Turismo.

Na expectativa de que possam ser alcançados estes objetivos específicos, a avaliação do potencial turístico na área de estudo poderá contribuir com o desenvolvimento das políticas públicas de mapeamento do potencial turístico tendo como referência o monitoramento da realização das atividades turísticas pelos usuários nas redes sociais e a utilização de bases cartográficas oficiais e aquelas desenvolvidas por mapeamentos colaborativos.

Desta maneira, os resultados do desenvolvimento desta tese, são apresentados a partir da proposta de divisão de capítulos com a seguinte estrutura: (I) Introdução, destacando os

conceitos de base, a hipótese colocada, a justificativa e relevância da pesquisa, o problema central e os questionamentos a serem respondidos, o objetivo geral e os objetivos específicos a serem alcançados; (II) a Contextualização do Setor Turístico e das Políticas Públicas no Brasil e no estado de Goiás; (III) os critérios para a definição do Mapa do Turismo Brasileiro, das Regiões Turísticas e da Categorização dos Municípios no estado de Goiás; (IV) em Turismo, Geografia e Redes Sociais, é realizada a busca por um referencial teórico-conceitual, com a revisão bibliográfica de sustentação a pesquisa, abordando os temas de Segmentação Turística e o Turismo em Natureza, Geografia e as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, e ainda, são apresentados trabalhos desenvolvidos com a temática Geolocalização, Turismo e Redes Sociais; no capítulo (V) Investigação nas Redes Sociais e o Turismo em Natureza, são apresentados os procedimentos metodológicos a partir da sistematização de técnicas utilizadas para responder a hipótese da pesquisa e os resultados alcançados, com as seguintes discussões: Tecnologias da Informação e Comunicação, Redes Sociais e o Turismo; Espacialização do Turismo em Natureza no estado de Goiás a partir da Rede Social Instagram; o Mapa do Turismo em Goiás e o Turismo em Natureza nas redes sociais; o Mapa do Turismo e o Cadastro de Prestadores de Serviços no estado de Goiás; e o Mapa do Turismo e os Atrativos do Turismo em Natureza no estado de Goiás. No capítulo (VI) Conclusão é realizada uma análise integrada dos resultados obtidos do processo de pesquisa e, ao final, em (VII) “Chegada ou Próximo Destino?” são apresentadas reflexões para a melhoria da metodologia adotada para inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro.



# CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL E EM GOIÁS

Parque Estadual de Terra Ronca  
Região Turística das Águas e Cavernas do Cerrado

Fonte: Goiás (2022a).

Ver: <https://www.instagram.com/p/CU06P-jNZUF/>



## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL E EM GOIÁS

Assunção (2012) e Thevenin (2011) colocam a expansão europeia e as transformações culturais ocorridas na época do renascimento, entre os séculos XIV e XVI, como período chave para a intensificação das grandes viagens marítimas e a conquista de novos territórios, especialmente na América, com destaque à colonização portuguesa no Brasil, que expandiu e avançou território a dentro com os bandeirantes em busca de riquezas, estimulando viajantes e aventureiros a realizarem deslocamentos rumo ao interior do país a procura de oportunidades.

No século XVIII, motivado por interesses políticos e comerciais, Portugal enviou pesquisadores para suas colônias, incluindo o Brasil, para estudarem e relatarem as potencialidades existentes em nosso território, como as atividades agrícolas e a existência de minerais, processo este, que era registrado em detalhes e encaminhado a Europa, acompanhando informações sobre a cultura local, os costumes da população, as paisagens, a fauna, a flora e as rotas de acesso (ASSUNÇÃO, 2012).

Os registros desses viajantes, naturalistas, artistas, comerciantes, religiosos, estudantes, aventureiros, dentre outros, apresentaram aspectos dos costumes e das peculiaridades naturais do espaço físico e, principalmente, de muitos aspectos que abrangiam o viajar e os condicionantes que envolviam os deslocamentos. [...]. Na maioria das vezes, ao retornarem para as suas terras, alguns viajantes publicavam as suas anotações sobre a viagem e as terras brasileiras. Cada um deles, com seu filtro e com os mais diversos interesses, captou momentos da vida e do processo de desenvolvimento dos locais que visitaram, tecendo comentários breves ou detalhados sobre o que viam e ouviam. Registraram de forma lapidar cenas e cenários urbanos e do interior do Brasil. Fragmentos que revelam uma leitura detalhista e instigante de um país que pouco a pouco crescia e constituía a sua identidade. Uma nação que estava sendo erguida e que, por sua extensão, exigia ou permitia grandes deslocamentos. Terras tropicais, ricas na diversidade natural e climática, que atraíam visitantes (ASSUNÇÃO, 2012, p. 19).

Neste período, entre os séculos XVIII e XIX, passaram por território brasileiro pesquisadores e naturalistas de diversos países, descrevendo em seus relatos, a cultura, as belezas e as riquezas de nosso território, com o objetivo de conhecer aspectos geográficos, zoológicos, botânicos, geológicos e culturais. Os avanços tecnológicos nos meios de transporte, especialmente a partir do século XIX com o avanço da rede ferroviária em território nacional e a partir do século XX com a indústria aeronáutica, possibilitaram a realização de extensas viagens em tempos menores, facilitando e dando maior agilidade ao deslocamento humano (ASSUNÇÃO, 2012).

No estado de Goiás o processo de ocupação no período do Brasil colônia, também se dá pelos bandeirantes e exploradores em busca de recursos minerais no interior do estado entre os



séculos XVII e XVIII. Os primeiros arraiais e povoados surgiram no caminho dos tropeiros pela marcha ao oeste em busca do ouro, sendo que, com o fim do período aurífero e com a permanência e fixação da população nestes aglomerados humanos, outras atividades foram se desenvolvendo, especialmente a pecuária, que marcou o desenvolvimento econômico e populacional do estado de Goiás (SILVA, 2005).

Silva (2005) destaca como característica marcante da identidade do povo goiano o forte vínculo com os costumes do campo, onde ocorre a manutenção das tradições e do estilo de vida rural e a reprodução deste estilo de vida através de atividades ligadas e exploradas pelo setor turístico, como as cavalgadas, as cavalhadas, as festas do campo e os eventos culturais, a venda de doces, vinhos, artesanatos, dentre outros. Ainda, é no espaço rural que temos a melhor representação do Cerrado goiano, com suas paisagens, sua fauna e sua flora, seus rios e suas cachoeiras, que também, são objeto de exploração pelas atividades turísticas.

Desse modo, acreditamos que a atividade de turismo rural possa somar forças à necessidade de conservação e desenvolvimento nos cerrados de Goiás. O turismo pode elevar a valorização dos elementos naturais existentes em áreas rurais goianas, contribuindo para sua manutenção e preservação no interior das propriedades rurais. Além dos qualitativos naturais, diversas áreas rurais goianas conservam o estilo arquitetônico de antigas construções e mantêm processos produtivos tradicionais, tornando-se importantes atrativos turísticos. É o “novo” coexistindo com o “velho” facilmente encontrados em propriedades rurais goianas e que podem ser mais bem aproveitados na atividade de turismo rural (SILVA, 2005, p. 9).

O estado de Goiás, que a partir do século XX passa pelo processo de crescimento e concentração da população urbana e o surgimento de centros urbanos com seus polos agroindustriais, ainda assim, manteve como marca registrada do povo goiano a identidade e a relação direta com o campo. Este período ainda é marcado pela fundação de Goiânia, capital do estado de Goiás, e pela fundação de Brasília, capital do País, direcionando os investimentos públicos em infraestrutura e logística para a região Centro-Oeste do Brasil.

Neste processo, a chegada do transporte ferroviário transformou a paisagem, permitindo a ligação das grandes cidades próximas ao litoral com as cidades do interior do país, transportando pessoas, animais, matérias primas, produtos, minérios, remédios, alimentos, etc. Ao longo do século XX, a indústria aeronáutica revolucionou o transporte, com a possibilidade de alcançar destinos longínquos em tempos cada vez menores. A evolução tecnológica entre os séculos XIX e XX impactou diretamente as atividades turísticas, com modais mais rápidos, mais seguros e confortáveis para se deslocar, exigindo também a evolução do sistema hoteleiro e da atuação do governo na criação de políticas de suporte ao setor (ASSUNÇÃO, 2012).

Carvalho (2015), citando as obras dos autores Araújo e Taschner (2012), traz a análise do turismo no Brasil através da periodização das políticas do setor, citando três principais períodos:

- a) primeira fase: delimitada da década de 1930 até o ano de 1966, ano da publicação do Decreto Lei nº 55/1966 que “Define a Política Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo”. Neste período, a atividade turística se deu por interesse da iniciativa privada, sem ação efetiva do Estado ou qualquer política setorial para o turismo;
- b) segunda fase: do ano de 1966, com a publicação do Decreto Lei nº 55/1966 até o ano de 1991, ano da reestruturação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur). Neste período, a criação da Política Nacional de Turismo estabelece uma gestão política mais estruturada e organizada, fornecendo linhas de crédito e financiamento para a iniciativa privada;
- c) terceira fase: após o ano de 1991, com o reconhecimento do turismo como importante agente de desenvolvimento econômico e social e com o processo de regionalização do turismo e maior participação dos estados, do distrito federal e dos municípios.

Sansolo (2009), diz que as políticas públicas para o setor turístico são divididas em três períodos principais, sendo o primeiro considerado como a falta de uma ação pública efetiva do estado para a promoção do turismo, que vai do ano de 1930 até a década de 1960, em que o turismo era uma prática elitizada. Um segundo período tem início com a criação da Política Nacional de Turismo e do Conselho Nacional de Turismo no ano de 1966, tendo como destaque a promoção do conceito de “segunda residência” a partir da exploração pelo setor imobiliário de projetos de incorporação imobiliária no litoral do país, período que é finalizado na década de 1990, quando se inicia um terceiro período em que as políticas públicas ganham maior força sobretudo na região costeira do nordeste brasileiro através de investimentos com recursos públicos como o Programa Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE) e investimentos privados de grandes grupos internacionais para a instalação de complexos hoteleiros.

De acordo com o relatório “Avaliação do TCU sobre o Programa Desenvolvimento do Turismo no Nordeste” (PRODETUR-NE), iniciado na década de 1990, custeado com recursos de operação externa de crédito entre o Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) além da contrapartida da União e dos Estados que integram o Programa, ocorreram investimentos de US\$ 1,07 bilhões, sendo US\$ 530 milhões

de contrapartida nacional, divididos em duas fases: PRODETUR I e PRODETUR II (BRASIL, 2004).

O Prodetur/NE I investiu cerca de US\$ 524 milhões em obras de infra-estrutura como saneamento, recuperação e proteção ambiental, construção e recuperação de rodovias, e construção e ampliação de aeroportos. Essa infra-estrutura está a serviço da população local, proporcionando inegável benefício para os residentes, em especial os investimentos em saneamento (água e esgoto). Da mesma forma, a primeira fase do programa aplicou cerca de US\$ 43 milhões na recuperação do patrimônio histórico. Esse investimento ampliou a oferta do turismo cultural na região, especialmente em São Luís, Maceió e Salvador (BRASIL, 2004).

Bursztyn, Bartholo e Delamaro (2009), ao tratar do PRODETUR-NE, dizem que pela ausência de metas ambiciosas relacionadas ao desenvolvimento regional, os governos estaduais realizaram ações para o desenvolvimento de polos turísticos a partir da abertura de investimentos de grandes grupos internacionais para a instalação de megacomplexos hoteleiros e resorts, com a replicação de modelos de empreendimentos globais, o que gerou “uma nova divisão territorial entre a faixa litorânea, ocupada pelos grandes empreendimentos e as áreas reservadas às comunidades locais tradicionais” (BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009, p. 83).

Os impactos negativos provenientes deste modelo de desenvolvimento do turismo não se limitam aos aspectos sociais e ambientais. Mesmo uma análise estritamente econômica pode evidenciar que dificilmente as populações locais se beneficiam com a implantação dos mega-empreendimentos. Isso pode ser corroborado, por exemplo, pela pesquisa de Ribeiro (2005), indicando que a implantação do complexo hoteleiro da Costa de Sauipe (um dos maiores empreendimentos brasileiros na área de resorts turísticos) não trouxe nenhuma contribuição significativa para melhorar os indicadores de desenvolvimento do município de Mata de São João (Estado da Bahia), sede do empreendimento. Com base numa série histórica de dados estatísticos anteriores e posteriores à implantação do mega-empreendimento, Ribeiro evidencia que não houve melhoria significativa em indicadores como Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), Índice de Gini ou Índice de Qualidade de Vida Urbana, dentre outros. O significativo aumento dos fluxos turísticos não propiciou efeito positivo para a qualidade de vida das populações locais. Suas condições de existência ficaram dependendo de um fortalecimento de políticas públicas sociais suplementares. Os investimentos da ordem de meio milhão de dólares voltados para a implantação do megaempreendimento não trouxeram consigo diminuição do processo de exclusão social (RIBEIRO, 2005, apud BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009, p. 84-85).

Não se limitando à questão fundiária e à desestruturação social causada pela espoliação territorial das comunidades locais, os autores destacam a gravidade dos impactos ambientais gerados pela ocupação do litoral brasileiro nos últimos 30 anos em áreas de ecossistemas costeiros, com a destruição de paisagens naturais a partir da pavimentação de estradas, desmontes de morros, aterragem de mangues e construções de pontes. Ainda, destacam o

agravamento dos desequilíbrios sociais regionais, fomentados pelo não-aproveitamento da mão-de-obra local nos empreendimentos turísticos, citando inclusive exemplos como o do projeto Costa Dourada na região costeira entre os estados de Pernambuco e Alagoas; e do complexo hoteleiro da Costa de Sauipe no estado da Bahia (BURSZTYN; BARTHOLO; DELAMARO, 2009).

Cruz (2009, p. 97), ao discutir a produção do espaço e o desenvolvimento desigual a partir do turismo, coloca o Estado e o mercado como atores hegemônicos da produção do espaço e que “[...] subserviente ou não ao mercado, o Estado tem uma inquestionável hegemonia na produção do espaço, dado seu papel de ente regulador das relações sociais e de provedor de infraestruturas”.

O protagonismo do Estado no planejamento das políticas públicas do setor turístico, embora voltado para a região Nordeste do Brasil no início da década de 1990, começa a pensar em mudanças na gestão do setor, inicialmente e timidamente a partir de 1992 com a apresentação do Plano Nacional de Turismo (Plantur) (1992-1994), seguido pelo Plano Nacional do Turismo (PNT) (1996-1999), cujo destaque foi a redefinição do processo de gestão do turismo pelos entes federativos a partir do estabelecimento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), estimulando o desenvolvimento turístico a partir da escala municipal e estadual, descentralizando as políticas públicas do setor em todo o país (CARVALHO, 2015).

No ano 2000, o planejamento do setor e das políticas públicas do turismo, escala outro patamar com a criação de um ministério específico, lançando no ano de 2003 o Plano Nacional do Turismo (PNT) (2003-2007) que também colocava como prioridade uma gestão de políticas públicas compartilhada, descentralizada e participativa junto aos estados e municípios brasileiros. O próximo Plano Nacional do Turismo (PNT) (2007-2010) já trazia o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), em substituição ao Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), com “[...] suas ações sustentadas por um sistema de gestão compartilhada estruturado nos seguintes níveis de atuação: nacional, estadual, de regiões e municipal [...]” (CARVALHO, 2015, p. 66). No período de execução do PNT 2007-2010, ainda foram instituídos a Política Nacional do Turismo (Lei nº 11.771/2008) e o Decreto nº 7.381/2010 que regulamentou a referida Lei.

A Política Nacional de Turismo tem dentre os seus princípios: a livre iniciativa, a descentralização, a regionalização e o desenvolvimento econômico-social justo e sustentável. Embasando-se em recomendações da Organização Mundial de Turismo, o Ministério do Turismo adotou em 2004 uma política focada no desenvolvimento regional e reformulou o

enfoque territorial em 2013, definindo eixos de atuação, que orientam as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios, dando maior protagonismo às Unidades da Federação.

Com uma lacuna de planejamento entre os anos 2011 e 2012, no ano de 2013 é lançado o Plano Nacional do Turismo (PNT) (2013-2016), tendo como principais diretrizes a expansão do turismo rumo às regiões do interior do Brasil através do processo de regionalização, o incentivo à inovação e o apoio à elaboração e implementação dos planos de desenvolvimento turístico.

Atualmente, o instrumento de gestão das políticas públicas do setor é o Plano Nacional de Turismo, que estabeleceu para o período de 2018-2022 as seguintes diretrizes para o desenvolvimento do turismo nacional: (I) o fortalecimento da regionalização, (II) a melhoria da qualidade e competitividade, (III) o incentivo à inovação e (IV) a promoção da sustentabilidade. Além da definição de uma diretriz específica para fortalecimento do processo de regionalização do turismo no país, o PNT estabelece importantes estratégias como “Estimular a realização de estudos para conhecimento dos mercados-alvo” e “Ampliar a divulgação e o acesso às informações e aos dados turísticos”, corroborando com a necessidade de avaliação do potencial turístico em todo o território nacional e a definição de regiões turísticas para planejamento dos instrumentos e avaliação dos investimentos necessários para desenvolvimento do setor (BRASIL, 2018b).

O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018 - 2022, desenvolvido pelo Ministério do Turismo do Brasil (MTur), faz um diagnóstico geral da participação do setor turístico e de suas atividades na economia nacional, trazendo dados importantes, demonstrando que “[...] a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB [Produto Interno Bruto]. Já a contribuição total do setor foi de US\$ 152,2 bilhões, 8,5% do PIB Nacional” (BRASIL, 2018b, p. 26).

De acordo com Ministério do Turismo (MTur), no ano de 2018, a participação do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) nacional foi o equivalente a 8,1%, sendo o setor um dos principais geradores de postos de trabalho, com aproximadamente 7,5% de todos os postos de trabalho na economia do país. Entretanto, nos anos seguintes, a pandemia do COVID-19, assim como ocorreu em escala mundial, também afetou as operações e atividades do setor no Brasil (BRASIL, 2021b).

No ano de 2019, em um período pré pandemia, o Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo do Fórum Econômico Mundial trouxe o Brasil como o país de melhor colocação da América do Sul, mas com uma piora no cenário global, caindo cinco posições,

para a 32ª colocação. De maneira geral o país perdeu pontuações em seus critérios de destaque, caindo para a 2ª posição em recursos naturais e 9ª posição em recursos culturais, também piorando seus índices nos critérios de infraestrutura de serviços turísticos, competitividade de preços e segurança, apresentando baixa evolução no critério de ambiente de negócios, ocupando a 127ª colocação. O Relatório, ainda destaca a evolução da abertura internacional do país, decorrente da redução da exigência de visto e da melhor integração comercial (CALDERWOOD; SOSHKIN, 2019).

A pandemia do novo coronavírus veio interromper esse ciclo de crescimento. No Brasil, o setor foi imediatamente afetado. As perspectivas de retomada, contudo, indicam que o turismo doméstico tem sido um dos primeiros a estabelecer uma recuperação gradual, devido à preferência por roteiros mais curtos e de menor distância em relação à origem. Mais do que isso, no período pós-pandemia, o turismo poderá vir a dar grande contribuição à retomada econômica e geração de empregos. Isso porque, pela natureza dos serviços envolvidos em sua cadeia produtiva, o setor é mão-de-obra intensivo, diferentemente de outras atividades, onde novas tecnologias estão substituindo muitos postos de trabalho. Incluem-se as atividades relacionadas a hotelaria, agências de turismo, companhias aéreas e demais tipos de transportes de passageiros e turistas, além de restaurantes e empreendimentos de cultura e lazer (BRASIL, 2021b, p. 16).

A Fundação Getúlio Vargas (FGV), ao analisar o impacto econômico do Covid-19 no turismo brasileiro, projetando perdas significativas para a atividade em relação à participação do setor na economia do ano de 2019, mensurou uma redução de 38,9% do PIB específico do setor turístico em 2020; já em 2021, com a, ainda tímida retomada das atividades turísticas, haveria uma proximidade com a participação no ano de 2019, mas ainda com redução de 4,2% do PIB do setor (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2020).

Historicamente, a condução das políticas públicas de gestão da atividade turística no Brasil, passa pela tímida ausência do Estado até o ano de 1966, ano da publicação do Decreto Lei nº 55/1966 que define a Política Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, seguindo até o ano de 1991 com uma tímida atuação do Estado na gestão setorial para o turismo e tendo a década de 1990 como ponto de virada no processo de planejamento e gestão do setor, especialmente com a descentralização das políticas públicas e com o processo de regionalização do turismo com maior participação dos estados e municípios.

Avaliando as políticas de turismo no estado de Goiás, Carvalho (2015) apresentou quatro períodos no processo de evolução do setor:

- a) primeiro período: entre 1961 e 1978, é representado pela construção do aparato institucional do turismo. Neste período surgem os primeiros marcos legais da atividade turística, como:
- o Plano de Desenvolvimento Econômico de Goiás (1961-1965), que já trazia os municípios de Goiânia, Cidade de Goiás e Caldas Novas, como potenciais para o desenvolvimento do turismo;
  - a criação, no ano de 1971, do Departamento de Turismo (Detur), como iniciativa à implantação da Política Nacional do Turismo no estado de Goiás e que teve papel fundamental na instalação de empresas de turismo em Goiânia e na ampliação do turismo em Caldas Novas, Pirenópolis e na região do rio Araguaia;
  - a criação, no ano de 1972, da Política Estadual de Turismo, do Conselho Estadual de Turismo (Contur) e da Empresa de Turismo do Estado de Goiás (Goiastur);
- b) segundo período: entre 1979 e 1990, é caracterizado pela emergência de novos discursos e temas. Este período representou a falta de uma política clara para o turismo, com a descontinuidade das ações estaduais realizadas no primeiro período. Apesar da fraca atuação do Estado nas políticas públicas do setor, este período se destaca pelo debate político sobre temas como meio ambiente, cultura, as comunidades locais e do papel dos municípios nas políticas públicas voltadas ao turismo;
- c) terceiro período: entre 1991 e 1998, é pautado pela proposta de descentralização da política de turismo. Neste período, ao contrário do que ocorreu em escala nacional com a descentralização das políticas públicas, com o processo de regionalização do turismo e com a retomada do crescimento do setor, no estado de Goiás houve um congelamento ou apatia no processo de gestão pública do setor, em que a implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) refletiu apenas no processo de qualificação de alguns destinos turísticos como Alto Paraíso de Goiás, São Domingos, Três Ranchos e Corumbá de Goiás;
- d) quarto período: após 1999 (até 2015), é identificado pelo fortalecimento do planejamento nas escalas estadual e municipal. Neste período, com mais de vinte anos de análise temporal, foram representativos os avanços na gestão do setor turístico pelo estado de Goiás. Em um primeiro momento, tivemos em escala nacional a criação do Ministério do Turismo no ano de 2003, elevando a gestão do turismo a outro patamar e dando continuidade aos Planos Nacionais do Turismo

para os períodos de 2003-2007, 2007-2010, 2013 a 2016 e por último 2018 a 2022, sendo diretriz em todo esse período o fortalecimento da gestão descentralizada e participativa junto aos estados e municípios brasileiros. Neste período, ainda em escala nacional, foram instituídos a Política Nacional do Turismo (Lei nº 11.771/2008) e o Decreto nº 7.381/2010 que regulamentou a referida Lei. Toda a representatividade dada ao setor em escala nacional, também foi acompanhada em nível estadual, inicialmente em 1999 com a recriação da estrutura da Agetur, atual Goiás Turismo, para coordenar a política estadual do turismo e que teve papel fundamental na realização de inventários do potencial turístico nos municípios do estado. No ano de 2004, através da Lei Estadual nº 14.769/2004 foi criada a Política de Desenvolvimento do Ecoturismo e do Turismo Sustentável no Estado de Goiás. No ano de 2007, foi apresentado o Plano Estadual de Turismo: Goiás no caminho da inclusão. No ano de 2010, foi aprovado o Prodetur Goiás, com a disponibilização de linhas de crédito ao setor turístico e no ano de 2011 foi lançado o Programa Estadual de Incentivo à Aviação Regional (Voe Goiás), com o objetivo de estimular a implantação de linhas aéreas regionais.

A pesquisa realizada por Carvalho (2015) faz um detalhado levantamento sobre as políticas de turismo no estado de Goiás até o ano de 2014. Os anos finais deste período, são marcados pela participação do Governo Estadual, com a disponibilização de linhas de financiamento para as empresas do setor e pela atuação da Goiás Turismo nas ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios. Ainda, outro fator importante foi o surgimento do Observatório do Turismo do Estado de Goiás e a sua incorporação junto à Goiás Turismo, com o papel de realização de pesquisas turísticas por todo o estado e a disseminação de dados do setor turístico.

A Goiás Turismo, Agência Estadual de Turismo de Goiás, tem a atribuição de promover os destinos que fazem parte do Mapa Turístico de Goiás. O município que está no Mapa é divulgado em feiras, eventos, congressos e nas redes sociais, tem preferência na destinação de verbas para promoção e criação de infraestrutura turística e na aquisição de linhas de crédito governamentais.

O foco maior é aumentar, de forma responsável, o fluxo e a permanência de visitantes nas 10 Regiões Turísticas de Goiás e, com isso, fazer crescer o gasto médio deles no local, incrementando a receita dos municípios turísticos, criando empregos e atraindo investidores para a atividade. Para isso, lança mão de recursos como os Festivais Gastronômicos, que valorizam a culinária goiana ao mesmo tempo que atraem turistas (GOIÁS, 2023a, p. 1).

A partir do ano de 2012, a Goiás Turismo, através do Observatório do Turismo, realiza estudos como o Inventário de Oferta Turística dos Municípios, o Boletim de Dados do Turismo



de Goiás, Pesquisas de Visitação, Censos Hoteleiros, Dados de Arrecadação e Geração de Empregos do Setor, Estudos Estratégicos, dentre outros estudos e análises voltadas ao desenvolvimento do turismo no estado de Goiás. Os dados disponibilizados no portal da Goiás Turismo, demonstram que desde o ano de 2012 até o ano de 2023 foram elaborados 52 Inventários de Oferta Turística, sendo 51 Inventários Municipais e 1 Inventário da “rota” turística denominada “Caminho de Cora Coralina”, apresentando informações importantes para subsidiar o planejamento turístico em escala municipal e regional. Anualmente, a Goiás Turismo publica o Boletim “Dados do Turismo de Goiás”, apresentando dados estatísticos sobre as regiões e municípios turísticos, resultados de pesquisas de campo e pesquisas online, além de matérias e relatórios específicos sobre a realidade e as tendências de mercado.

Em um recorte temporal mais recente, a Goiás Turismo tem se destacado pela disponibilização de plataformas de dados gerenciais das atividades turísticas, pelo fomento aos destinos turísticos inteligentes e especialmente pela divulgação e promoção dos destinos turísticos do Estado através de campanhas de marketing e participação em eventos, divulgando os destinos turísticos através da criação de identidades visuais, apresentadas na figura 1, como “LET’S GO”, “BORA PRA GOIÁS”, “BORA PESCAR”, “BORA TRILHAR” e “BORA REZAR”, além do lançamento de cadernos temáticos, apresentados na figura 2, como o “TURISMO RURAL”, “TURISMO DE PESCA”, “TURISMO DE BEM-ESTAR E SAÚDE”, “GASTRONOMIA”, “TURISMO DE NEGÓCIOS E MODA”, “ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA” e “TURISMO NÁUTICO”, que se colocam como estratégia fundamental para a promoção do turismo no Estado.

Figura 1 - Material de marketing e divulgação da Goiás Turismo



Fonte: Goiás (2022b), adaptado pelo autor (2023).



Figura 2 - Cadernos Temáticos da Goiás Turismo



Fonte: Goiás (2022b), adaptado pelo autor (2023).

As pesquisas e estudos realizados pela Goiás Turismo, através do Observatório do Turismo do Estado de Goiás, tem papel fundamental no processo de planejamento e tomada de decisão no âmbito das políticas públicas do turismo, se apresentando, em conjunto com as campanhas de marketing e com o processo de definição das regiões turísticas e categorização dos municípios goianos junto ao Ministério do Turismo, como uma das principais ações na gestão do turismo do Estado nesta última década.

# MAPA DO TURISMO, REGIÕES TURÍSTICAS E CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NO ESTADO DE GOIÁS



Cânions do rio Araguaia - APA do Encantado  
Região Turística Chapada das Emas

Fonte: Cunha (2023).

Ver: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-lancha/torixoreu-cachoeira-do-lafetal-41066698/photo-26691033>

### **3 MAPA DO TURISMO, REGIÕES TURÍSTICAS E CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NO ESTADO DE GOIÁS**

O Ministério do Turismo, órgão da administração pública federal, é o responsável pela elaboração e execução da política nacional de desenvolvimento do turismo, pelo planejamento, a coordenação e a avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo e ainda pela criação de diretrizes para a integração das ações e dos programas para o desenvolvimento do turismo, tendo como um dos instrumentos de planejamento o Plano Nacional de Turismo, que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional do Setor, tendo como objetivo principal ordenar as ações de desenvolvimento do turismo nacional entre os governos federal, estaduais, distrital e municipais, contribuindo para consolidar o turismo como um eixo estratégico efetivo de desenvolvimento econômico do país.

A criação do Ministério do Turismo no ano 2003 coloca como destaque o planejamento e a criação de políticas públicas do turismo, lançando neste mesmo ano, o Plano Nacional do Turismo que já estabelecia como prioridade uma gestão de políticas públicas compartilhada, descentralizada e participativa junto aos estados, ao distrito federal e aos municípios brasileiros, prioridade esta, materializada no ano de 2007 com o Plano Nacional do Turismo, com horizonte de execução até o ano de 2010.

Neste período, a Política Nacional de Turismo, criada pela Lei Federal nº 11.771/2008, estabeleceu como princípios:

Art. 4º A Política Nacional de Turismo é regida por um conjunto de leis e normas, voltadas ao planejamento e ordenamento do setor, e por diretrizes, metas e programas definidos no Plano Nacional do Turismo - PNT estabelecido pelo Governo Federal.  
Parágrafo único. A Política Nacional de Turismo obedecerá aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável (BRASIL, 2008).

Dando sequência ao fortalecimento do processo de descentralização e regionalização, no ano de 2013, o Ministério do Turismo apresenta o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) tendo como objetivo geral apoiar a gestão, estruturação e promoção do turismo no País de forma regionalizada e descentralizada, definindo estratégias de implementação e monitoramento, dando maior protagonismo e participação às Unidades da Federação e aos Municípios.

O Plano Nacional de Turismo, estabeleceu para o período de 2018 a 2022 as seguintes diretrizes para o desenvolvimento do turismo nacional: o fortalecimento da regionalização, a

melhoria da qualidade e competitividade, o incentivo à inovação e a promoção da sustentabilidade. O fortalecimento da regionalização do turismo é uma das diretrizes de desenvolvimento do setor desde a criação do Ministério do Turismo no ano de 2003, tornando-se no ano de 2004 um dos Programas de destaque para o processo de desenvolvimento do turismo.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004, constitui-se em uma política pública, em âmbito territorial, a partir do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, que determinou como macroprograma estruturante a “Estruturação e Diversificação da Oferta Turística”. A premissa do Programa, considerado estratégico para a consecução da Política Nacional de Turismo, centrou-se no propósito de que sua execução, de forma descentralizada e regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo, repercutisse, positivamente, nos resultados socioeconômicos do território (BRASIL, 2013, p. 17).

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo é o Mapa do Turismo Brasileiro que materializa o recorte territorial das regiões turísticas em cada unidade da federação e também apresenta a categorização dos municípios que estão inseridos no Mapa. De acordo com o MTur (BRASIL, 2019b) o Mapa do Turismo apresenta (I) a identificação dos Estados; (II) as Regiões Turísticas, definidas a partir de procedimentos técnicos e/ou políticos pelo MTur, os Estados e os Municípios; e (III) os municípios inseridos no Mapa, incluídos a partir de critérios construídos em conjunto com MTur.

O Mapa é o instrumento instituído no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. É o Mapa do Turismo Brasileiro que define a área - o recorte territorial - que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério. Seu processo de atualização é contínuo, onde os gestores em âmbito municipal, regional e estadual podem realizar o cadastramento do seu município, a qualquer momento, desde que observem os critérios estabelecidos na Portaria MTUR nº 41/2021 (BRASIL, 2023b).

O Ministério do Turismo, através da Portaria MTur nº 41, de 24 de novembro de 2021, consolida as normas relacionadas ao Programa de Regionalização do Turismo, estabelece os critérios sobre a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro e sobre a criação de determinada região turística no âmbito do Mapa do Turismo e ainda, define os procedimentos para a Categorização dos Municípios que compõe o Mapa.

Os critérios definidos para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, estão estabelecidos no Anexo I da Portaria MTur nº 41, de 24 de novembro do ano de 2021, que estabelece:



Art. 2º São critérios obrigatórios para que um município integre uma região turística do Mapa do Turismo Brasileiro:

I - comprovar a existência de órgão ou entidade municipal responsável pela pasta de Turismo, por meio da apresentação de normativo referente à estrutura administrativa da Prefeitura Municipal;

II - comprovar a existência de dotação orçamentária destinada ao turismo, por meio da apresentação da Lei Orçamentária Anual - LOA e do Quadro de Detalhamento de Despesa - QDD vigentes;

III - possuir, no mínimo, um prestador de serviços turísticos, de cadastro obrigatório no Ministério do Turismo, conforme disposto no caput do art. 21 da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, e em situação regular no Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos;

IV - comprovar a existência de conselho ou fórum municipal de Turismo ativo, mediante a apresentação:

a) do ato normativo que o instituiu;

b) da ata de posse de sua atual diretoria; e

c) das atas das duas últimas reuniões realizadas.

V - apresentar termo de compromisso, conforme modelo disponibilizado pelo Ministério do Turismo, assinado pelo prefeito municipal e pelo dirigente responsável pela pasta de Turismo, aderindo, de forma espontânea e formal, ao Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2021c).

Os critérios estabelecidos para a definição das regiões turísticas nos Estados, também estão descritos na Portaria MTur nº 41/2021, que diz em seu Anexo I:

Art. 3º São critérios obrigatórios para que uma região turística integre o Mapa do Turismo Brasileiro:

I - comprovar a existência de uma instância de governança regional, como um conselho, fórum, comitê ou associação, responsável por sua gestão, por meio de ata da reunião de sua instituição; e

II - ser composta apenas por municípios:

a) limítrofes e/ou próximos uns aos outros; e

b) que possuam características ou aspectos similares e/ou complementares que os identifiquem enquanto região turística, tais como identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica.

Art. 4º Após a atualização do Mapa Brasileiro do Turismo 2019, poderá ser realizada a qualquer tempo, desde que atendidos os critérios, as orientações, os compromissos e os procedimentos dispostos nesta portaria:

I - a inclusão de municípios brasileiros em uma região turística do Mapa do Turismo Brasileiro;

II - a criação de uma nova região turística; e

III - a alteração de composição de uma região turística já existente no Mapa do Turismo Brasileiro.

§ 1º As eventuais atualizações em relação aos nomes e as composições das regiões turísticas existentes na data de publicação desta portaria deverão ser realizadas pelo órgão estadual ou distrital de turismo.

§ 2º O órgão estadual ou distrital de turismo é o responsável pela homologação das solicitações de inclusões de municípios em determinada região turística e pela admissão de criação de novas (BRASIL, 2021c).

Em âmbito estadual, o órgão responsável pelo setor é a Goiás Turismo, que participa oficialmente do processo de regionalização e da homologação dos municípios junto ao MTur. Neste ano de 2023, o processo de regionalização trouxe a inserção uma nova região turística para o Estado, que agora, conforme figura 3, conta com a existência de onze regiões turísticas.

Figura 3 - Mapa do Turismo no Estado de Goiás - Regiões Turísticas - 2023



Fonte: Goiás (2023a), adaptado pelo autor (2023).

Ainda sobre os critérios para a inserção de determinado município em uma Região Turística do Mapa do Turismo Brasileiro, o Anexo I da Portaria MTur nº 41/2021, estabelece os seguintes procedimentos:



Art. 8º Para um município solicitar sua integração em uma região turística do Mapa do Turismo Brasileiro, o seu órgão municipal de Turismo deverá preencher corretamente um cadastro por meio do sistema eletrônico do Mapa do Turismo Brasileiro, disponível em <www.sistema.mapa.turismo.gov.br> e anexar os documentos necessários ao atendimento dos critérios estabelecidos no art. 2º deste Anexo I e dos critérios complementares definidos pelo órgão estadual ou distrital de Turismo, quando houver.

Parágrafo único. Os responsáveis pelo cadastro a que se refere o caput, bem com o órgão que representam, responderão pela veracidade das informações prestadas e autenticidade da documentação apresentada.

Art. 9º O cadastro a que se refere o caput será submetido ao órgão de Turismo do respectivo estado ou Distrito Federal, para homologação.

§ 1º No caso do Distrito Federal, cabe ao órgão oficial de turismo do Distrito Federal o preenchimento e homologação do cadastro.

§ 2º Fica o órgão estadual ou distrital de turismo responsável por conferir o cumprimento dos critérios definidos nesta portaria e dos critérios complementares editados pelo Unidade Federada que representa, antes do envio para aprovação do Ministério do Turismo.

§ 3º O órgão estadual de turismo, respeitados os prazos estabelecidos nesta portaria, poderá restituir o cadastro ao município solicitante para adequação ou revisão das informações prestadas antes da homologação ou reprová-lo, deixando registradas as solicitações de ajustes ou os motivos da reprovação no campo "considerações UF" contido no sistema eletrônico do Mapa do Turismo Brasileiro.

§ 4º Após homologação do cadastro do município, o órgão estadual ou distrital de turismo deverá enviá-lo ao Ministério do Turismo para aprovação e efetiva inclusão do município no Mapa do Turismo Brasileiro.

§ 5º O órgão estadual ou distrital de turismo fica responsável por dar ciência da homologação do cadastro do município ao respectivo conselho ou fórum estadual ou distrital de turismo e anexar a ata ou memória da reunião no sistema eletrônico do Mapa do Turismo Brasileiro.

§ 6º A ata ou memória da reunião a que se refere o § 5º do caput poderá ser anexada em momento posterior no sistema eletrônico do Mapa do Turismo Brasileiro.

Art. 10. Os cadastros do município e das regiões turísticas deverão ser renovados anualmente, juntamente com a documentação comprobatória dos critérios estabelecidos neste Anexo I desta portaria, homologados pelo órgão estadual ou distrital de turismo e aprovados pelo Ministério do Turismo.

Parágrafo único. Os cadastros não renovados no prazo estipulado no caput serão automaticamente excluídos do Mapa do Turismo Brasileiro pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2021c).

O processo e os critérios para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro refletem o princípio de gestão compartilhada e descentralizada entre os entes federativos estabelecido no Programa de Regionalização do Turismo, envolvendo rotineiramente, se considerarmos o processo de cadastro permanente, os Municípios a partir da solicitação de integração e da responsabilidade de apresentação da documentação comprobatória, o Órgão Estadual no processo de aceite, análise e homologação do cadastro realizado e o Ministério do Turismo como órgão gestor de todo o processo, responsável pela definição das regras e procedimentos e, neste caso, com a responsabilidade de aprovação ou reprovação da inserção dos Municípios no Mapa do Turismo Brasileiro.

Ademais, para além da criação das Regiões Turísticas e da inserção dos Municípios no Mapa do Turismo, outro processo regulamentado na Portaria MTur nº 41/2021, é a Categorização dos Municípios do Mapa do Turismo Brasileiro, que se trata de um instrumento elaborado pelo MTur para identificar o desempenho econômico do setor nos municípios, que passam por um processo de categorização, que vai de “A” a “E”, construído a partir de metodologia de coleta de dados oficiais, existentes e atualizáveis, relacionados à economia do turismo, sendo que na categoria “A” estão os municípios com melhor desempenho e na categoria "E" os municípios com pior desempenho. O processo de categorização não pode ser confundido com o diagnóstico turístico, pois se trata, simplesmente, de um processo de agrupamento dos municípios de acordo com o desempenho econômico do setor turístico.

Os critérios definidos para a identificação do desempenho da economia do turismo dos municípios integrantes das regiões turísticas no Mapa do Turismo Brasileiro, estão estabelecidos na Portaria MTur nº 41/2021, com a seguinte descrição:

Art. 12. Os municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro estão agrupados em cinco diferentes categorias, definidas como A, B, C, D e E, conforme resultado obtido pela metodologia de análise de agrupamentos que utiliza variáveis relacionadas à economia do turismo:

I - quantidade de estabelecimentos de hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS);

II - quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS);

III - quantidade estimada de visitantes domésticos (fonte: Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE);

IV - quantidade estimada de visitantes internacionais (fonte: Estudo de Demanda Internacional - MTur/FIPE);

V - arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem (fonte: Secretaria de Receita Federal/ME) (BRASIL, 2021c).

Os dados utilizados para subsidiar o processo de categorização dos municípios turísticos, possuem periodicidade de coleta e fontes de informação distintas, conforme descrição a seguir:

- a) Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS): de acordo com o Ministério do Trabalho e Previdência, (BRASIL, 2022b) a RAIS, instituída no ano de 1975 é um registro administrativo, de preenchimento obrigatório para os empregadores, com periodicidade anual e que é de fundamental importância para o acompanhamento do mercado de trabalho formal brasileiro. Atualmente, encontra-se em processo de unificação a RAIS e o eSocial, com o objetivo de unificar e simplificar a prestação de informações relativas a trabalhadores e empresas. A RAIS tem como principais variáveis os empregos em 31 de dezembro do ano base, os admitidos e desligados,

segundo gênero, faixa etária, grau de escolaridade, tempo de serviço e rendimentos, desagregados em nível ocupacional, geográfico e setorial. Apresenta ainda informações sobre número de empregos por tamanho de estabelecimento, massa salarial e nacionalidade do empregado, além da atividade econômica do estabelecimento;

- b) Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE: a informação sobre a demanda do turismo doméstico tem por objetivo quantificar os fluxos de turistas nacionais entre as diferentes regiões do País e para o exterior. Inicialmente o Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) realizou estudos nos anos de 1998, 2002, 2006, 2008 e 2012, sendo que os estudos mais recentes, realizados nos anos de 2020 e 2021, tendo como resultado o Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro, foram realizados em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), apurando as características da viagem, associadas a outras informações socioeconômicas (BRASIL, 2022e);
- c) Estudo de Demanda Internacional - MTur/FIPE: os dados sobre a demanda turística internacional tem como objetivo conhecer os principais motivos de visita dos turistas estrangeiros aos destinos brasileiros, bem como o perfil e os hábitos dos turistas, coletando informações sobre meios de hospedagem e transportes utilizados, tempo de permanência e gastos no país, frequência e preferência de visitação, perfil socioeconômico do entrevistado e avaliações sobre os destinos, os atrativos e a infraestrutura turística. Os estudos realizados em parceria do MTur com a FIPE possuem periodicidade anual e tiveram seus resultados publicados nos anos de 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2010 (2004-2010), 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 e 2019, tendo a coleta de dados inviabilizada nos anos de 2020, 2021 e 2022, em função das restrições impostas pela pandemia de Coronavírus às viagens internacionais (BRASIL, 2022f);
- d) Arrecadação de Impostos Federais - Secretaria de Receita Federal/Ministério da Economia: Os dados sobre a arrecadação de impostos federais são obtidos junto ao Ministério da Economia e incluem a arrecadação dos tributos, considerando as empresas classificadas no CNAE Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 5510-8, referente à atividade de “Hotéis e similares” (BRASIL, 2022b).

A partir da coleta de dados para as cinco variáveis utilizadas no processo de categorização, realizada através das fontes de informação acima apontadas, o Ministério do

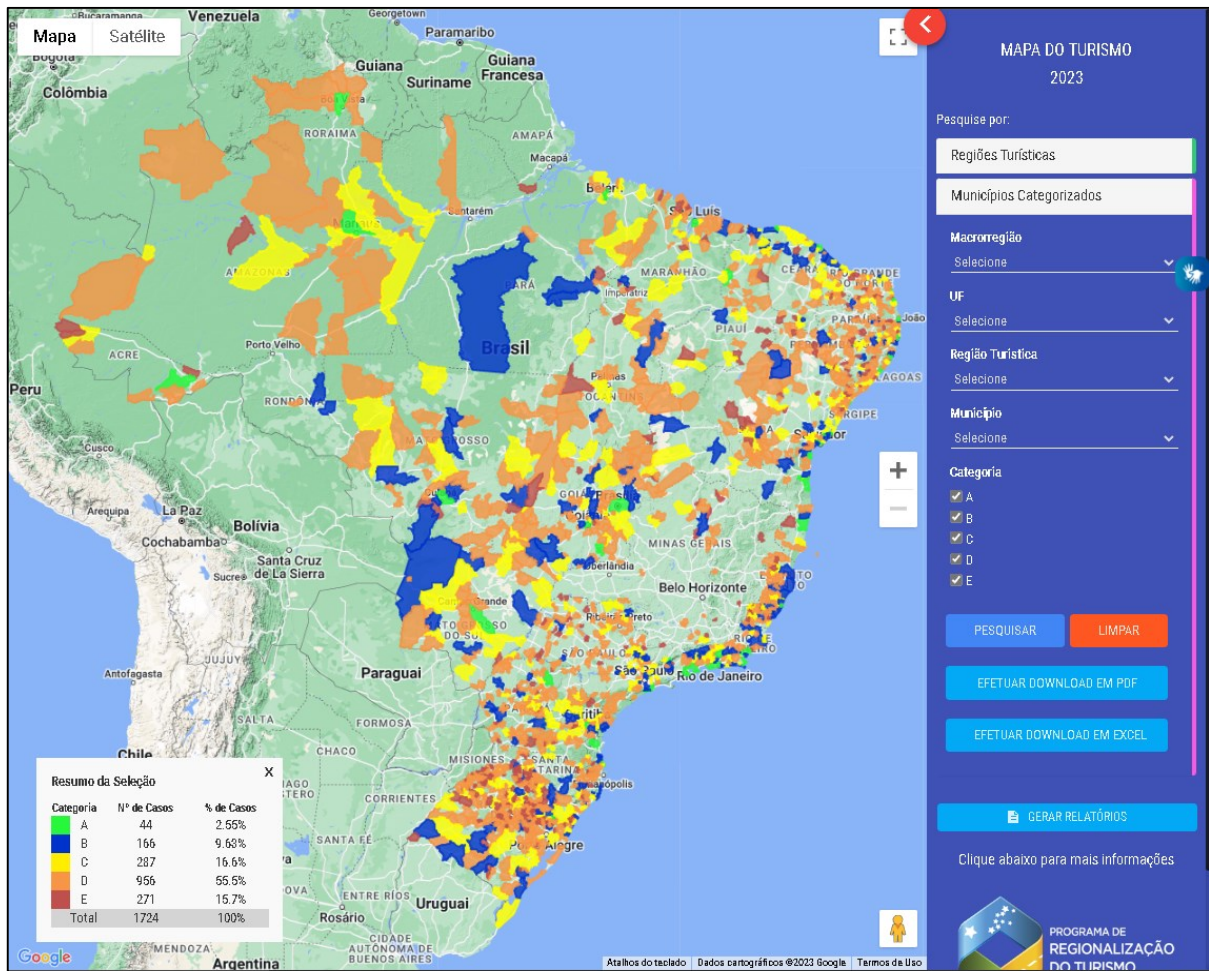
Turismo realiza uma análise em cluster, agrupando os municípios que apresentem médias similares para todas as variáveis, excetuando-se as capitais estaduais e federal, que integram, obrigatoriamente, a categoria “A” e os municípios que possuem o valor zero para as cinco variáveis, que integram, obrigatoriamente, a categoria “E” (BRASIL, 2022b).

A construção da metodologia foi iniciada em 2013 e desenvolvida pela equipe do Ministério do Turismo. A ideia inicial era a de se aplicar uma matriz diagnóstica aos municípios brasileiros. Em 2014 essa matriz foi aperfeiçoada, chegando-se a um formulário com 77 questões binárias. Após intensas discussões, realizadas por técnicos e gestores de diversas áreas do Ministério do Turismo (estiveram envolvidos doutores, mestres, especialistas em turismo, estatístico, cientista político, dentre outros), em especial do então Departamento de Produtos e Destinos, do Departamento de Estudos e Pesquisas e da Secretaria-Executiva, chegou-se à metodologia escolhida. Devido à quantidade de municípios inseridos nas regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, foram utilizados dados já existentes, disponíveis para todo o Brasil, que pudessem ser atualizados periodicamente e que traduzissem a economia do turismo. A partir daí se chegou a cinco variáveis que foram cruzadas em uma análise de cluster e deram origem a cinco categorias de municípios (A, B, C, D e E). Vale destacar que, no processo de construção da metodologia de categorização, o MTur aproveitou as experiências de vários estados que já haviam desenvolvido instrumentos similares e possibilitou a discussão e a contribuição de órgãos estaduais e municipais de turismo e seus colegiados de assessoramento. No ano de 2019, houve uma revisão da metodologia empregada e da coleta de informações atualizadas, foi introduzida a variável “arrecadação de impostos federais dos meios de hospedagem” como forma de complementar os indicadores já utilizados, agregando uma variável de desempenho financeiro para a análise (BRASIL, 2022d).

Atualmente, conforme dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2023b), coletados ao final do mês de abril do ano de 2023, disponibilizados no Portal do Mapa do Turismo Brasileiro ([www.mapa.turismo.gov.br/](http://www.mapa.turismo.gov.br/)) e considerando o cadastro contínuo estabelecido pela Portaria MTur nº 41/2021, o Mapa do Turismo Brasileiro, em suas 27 Unidades da Federação, tem estabelecidas 294 regiões turísticas com o cadastro de 1.724 municípios categorizados pelo MTur, representados na figura 4.

Considerando os dados do IBGE (2020) e a existência de 5.570 municípios em território nacional, temos que aproximadamente, apenas 31% dos municípios estão inseridos no Mapa do Turismo, restando 3.846 municípios, o equivalente a 69% de municípios que não figuram entre aqueles cadastrados junto ao Ministério do Turismo e que, portanto, estão a margem do processo de implementação das políticas públicas do setor.

Figura 4 - Municípios brasileiros inseridos no Mapa do Turismo (Abril/2023)



Fonte: Brasil (2023).

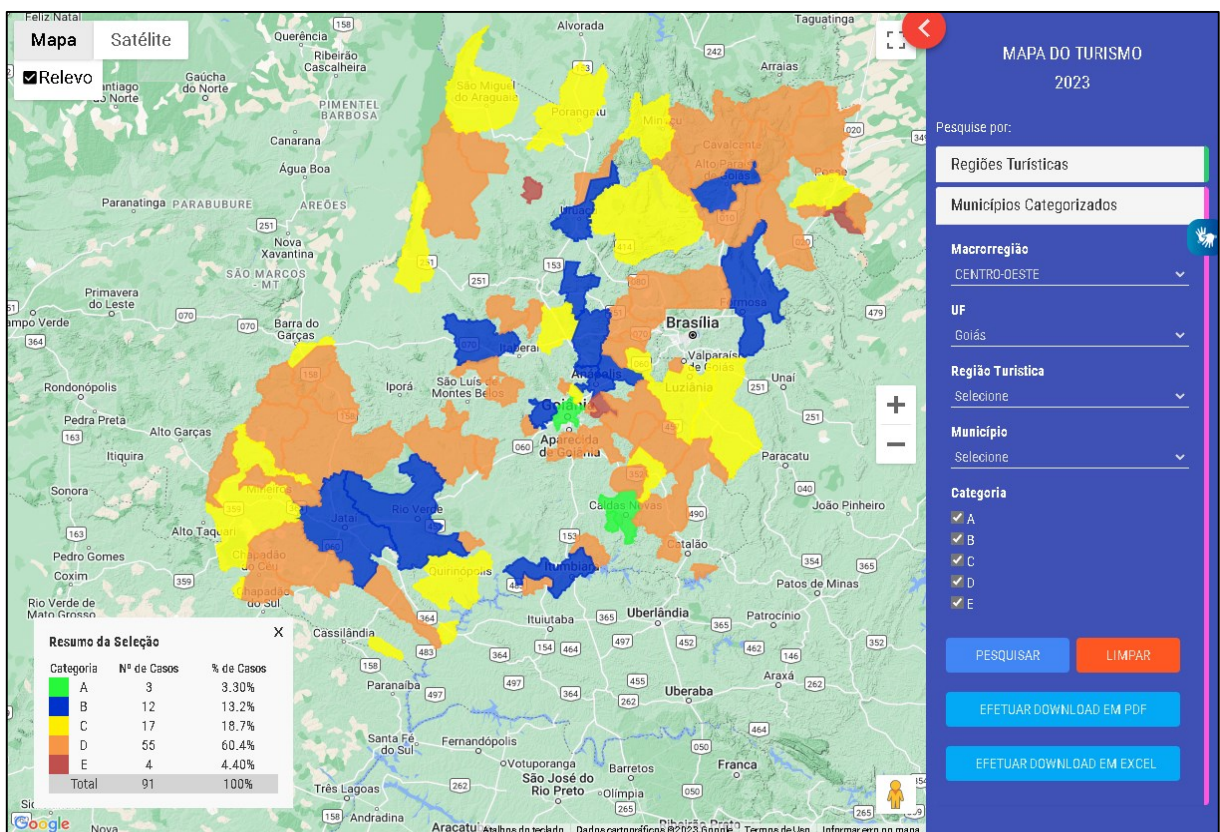
No que diz respeito a Categorização dos Municípios que compõe o Mapa do Turismo, os dados do MTur (BRASIL, 2023b), demonstram que, ao final do mês de abril do ano de 2023, dos 1724 municípios inseridos no Mapa, 44 municípios (2,55%) estão na categoria “A”, 166 municípios (9,63%) estão na categoria “B”, 287 municípios (16,6%) estão na categoria “C”, 956 municípios (55,5%) estão na categoria “D” e 271 municípios (15,7%) estão na categoria “E”, representando uma concentração nas categorias “D” e “E”, que somados, chegam a 71,2% dos municípios, induzindo que a partir dos critérios de categorização, mais da metade dos municípios categorizados possuem baixa estruturação do turismo local e ainda uma baixa quantidade ou inexistência de prestadores de serviços do setor.

O estado de Goiás, com 246 municípios (IBGE, 2020), apresentou, conforme dados do MTur (BRASIL, 2013, 2016, 2017, 2019a, 2022g, 2023) nos Mapas do Turismo, para os anos de 2013, 2016, 2017, 2019 e 2022, respectivamente 51, 49, 83, 79 e 92 municípios, sendo que para o ano de 2023, considerando dados do mês de abril do referido ano, apresentou 91

municípios, todavia é relevante destacar que desde o ano de 2022, a plataforma de cadastro dos municípios, desenvolvida pelo Ministério do Turismo, permite a possibilidade de cadastro de novos municípios durante todo o ano, podendo apresentar resultado diferente ao final de 2023.

De acordo com os dados do MTur (BRASIL, 2023b), ao realizar o recorte apenas para o estado de Goiás sobre a Categorização dos Municípios que compõe o Mapa do Turismo, os dados, listados no quadro 1 e representados espacialmente na figura 5, demonstram que ao final do mês de abril do ano de 2023, dos 91 municípios inseridos no Mapa, 3 municípios (3,30%) estão na categoria “A”, 12 municípios (13,2%) estão na categoria “B”, 17 municípios (18,7%) estão na categoria “C”, 55 municípios (60,4%) estão na categoria “D” e 4 municípios (4,40%) estão na categoria “E”, representando uma concentração nas categorias “C” e “D”, que somados chegam a 79,1% dos municípios, induzindo que a partir dos critérios de categorização estabelecidos, mais da metade dos municípios categorizados em território nacional também possuem baixa a média estruturação do turismo local, apresentando índice de categorização levemente superior ao índice nacional.


Figura 5 - Distribuição espacial dos municípios do estado de Goiás no Mapa do Turismo



Fonte: Brasil (2023).



Quadro 1 - Categorização dos municípios no Mapa do Turismo - Goiás (Abril/2023)

 <b>GOVERNO FEDERAL</b> <b>MINISTÉRIO DO TURISMO</b> <b>UNIÃO E RECONSTRUÇÃO</b>			<b>CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NO MAPA DO TURISMO BRASILEIRO - ESTADO DE GOIÁS (ABRIL/2023)</b>		
Município	Região Turística	Categoria	Município	Região Turística	Categoria
Caldas Novas	Águas Quentes	A	Cocalzinho de Goiás	Ouro e Cristais	D
Rio Quente	Águas Quentes	A	Corumbá de Goiás	Ouro e Cristais	D
Goiânia	Negócios e Tradições	A	Itapuranga	Ouro e Cristais	D
Alto Paraíso de Goiás	Chapada dos Veadeiros	B	Mossâmedes	Ouro e Cristais	D
Abadiânia	Ouro e Cristais	B	Novo Gama	Ouro e Cristais	D
Goianésia	Ouro e Cristais	B	Planaltina	Ouro e Cristais	D
Goias	Ouro e Cristais	B	Uruana	Ouro e Cristais	D
Pirenópolis	Ouro e Cristais	B	Divinópolis de Goiás	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Fomosa	Águas e Cavernas do Cerrado	B	Flores de Goiás	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Anápolis	Negócios e Tradições	B	Guarani de Goiás	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Trindade	Negócios e Tradições	B	Mambaí	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Itumbiara	Lagos do Paranaíba	B	Monte Alegre de Goiás	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Jataí	Pegadas no Cerrado	B	Nova Roma	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Rio Verde	Pegadas no Cerrado	B	São Domingos	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Uruaçu	Vale da Serra da Mesa	B	Simolândia	Águas e Cavemas do Cerrado	D
Mineiros	Chapada das Emas	C	Anicuns	Negócios e Tradições	D
Alexânia	Ouro e Cristais	C	Bela Vista de Goiás	Negócios e Tradições	D
Cristalina	Ouro e Cristais	C	Campestre de Goiás	Negócios e Tradições	D
Jaraguá	Ouro e Cristais	C	Hidrolândia	Negócios e Tradições	D
Luziânia	Ouro e Cristais	C	Nova Veneza	Negócios e Tradições	D
Posse	Águas e Cavernas do Cerrado	C	Buriti Alegre	Lagos do Paranaíba	D
Nerópolis	Negócios e Tradições	C	Cachoeira Dourada	Lagos do Paranaíba	D
Lagoa Santa	Lagos do Paranaíba	C	Caçu	Lagos do Paranaíba	D
Quirinópolis	Lagos do Paranaíba	C	Três Ranchos	Lagos do Paranaíba	D
São Simão	Lagos do Paranaíba	C	Aurilândia	Pegadas no Cerrado	D
Minaçu	Vale da Serra da Mesa	C	Jandaia	Pegadas no Cerrado	D
Niquelândia	Vale da Serra da Mesa	C	Maurilândia	Pegadas no Cerrado	D
Porangatu	Vale da Serra da Mesa	C	Paraúna	Pegadas no Cerrado	D
Aragarças	Vale do Araguaia	C	Perolândia	Pegadas no Cerrado	D
Aruanã	Vale do Araguaia	C	Campinorte	Vale da Serra da Mesa	D
São Miguel do Araguaia	Vale do Araguaia	C	Padre Bernardo	Vale da Serra da Mesa	D
Pires do Rio	Estrada de Ferro	C	Mundo Novo	Vale do Araguaia	D
Baliza	Chapada das Emas	D	Nova Crixás	Vale do Araguaia	D
Bom Jardim de Goiás	Chapada das Emas	D	Bonfinópolis	Estrada de Ferro	D
Caiapônia	Chapada das Emas	D	Goianira	Estrada de Ferro	D
Chapadão do Céu	Chapada das Emas	D	Ipameri	Estrada de Ferro	D
Doverlândia	Chapada das Emas	D	Orizona	Estrada de Ferro	D
Piranhas	Chapada das Emas	D	Palmelo	Estrada de Ferro	D
Portelândia	Chapada das Emas	D	Santa Cruz de Goiás	Estrada de Ferro	D
Santa Rita do Araguaia	Chapada das Emas	D	Silvânia	Estrada de Ferro	D
Serranópolis	Chapada das Emas	D	Vianópolis	Estrada de Ferro	D
Cavalcante	Chapada dos Veadeiros	D	Campos Verdes	Ouro e Cristais	E
Colinas do Sul	Chapada dos Veadeiros	D	Buritinópolis	Águas e Cavemas do Cerrado	E
São João d'Aliança	Chapada dos Veadeiros	D	Damianópolis	Águas e Cavemas do Cerrado	E
Teresina de Goiás	Chapada dos Veadeiros	D	Leopoldo de Bulhões	Estrada de Ferro	E
Buriti de Goiás	Ouro e Cristais	D			

Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

Os resultados do processo de categorização demonstraram que ao final do mês de abril do ano de 2023, dos 91 municípios inseridos no Mapa do Turismo, apenas 3 municípios encontravam-se na categoria “A” e um destes municípios é Goiânia, capital do Estado, que obrigatoriamente é inserida nesta categoria, restando ainda Caldas Novas e Rio Quente, municípios que historicamente possuem reconhecimento de seu potencial turístico pela presença de fontes de águas termais amplamente exploradas pela rede hoteleira. Ainda, na categoria “B”, foram 12 os municípios categorizados, a saber: Abadiânia, Alto Paraíso de Goiás, Anápolis, Formosa, Goianésia, Goiás, Itumbiara, Jataí, Pirenópolis, Rio Verde, Trindade e Uruaçu, também apresentando municípios que se destacam no setor.


O estado de Goiás, em seu processo de construção das políticas públicas para o setor turístico, conforme discussão realizada no capítulo 2, historicamente promoveu ações de fomento de determinadas localidades. Entre 1961 e 1978, o Plano de Desenvolvimento Econômico de Goiás (1961-1965), trazia os municípios de Goiânia, Cidade de Goiás e Caldas Novas, como potenciais para o desenvolvimento do turismo. Em 1971, com a criação do Departamento de Turismo (Detur), fomentou-se a instalação de empresas de turismo em Goiânia e ampliou-se as ações de turismo em Caldas Novas, Pirenópolis e na região do rio Araguaia. Posteriormente, entre os anos de 1991 e 1998, a implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo resultou na qualificação de alguns destinos turísticos como Alto Paraíso de Goiás, São Domingos, Três Ranchos e Corumbá de Goiás.

Considerando a promoção do turismo no estado antes do ano 2000 e o fomento de determinados municípios, destaca-se que, daqueles citados, com exceção de Goiânia que se encontra na categoria “A” por sua natureza de capital, considerando os dados do mês de abril de 2023, temos Caldas Novas na categoria “A” e os municípios de Goiás, Pirenópolis e Alto Paraíso de Goiás na categoria “B”, não figurando nenhum município da região do vale do rio Araguaia nas categorias “A” e “B” e para os demais municípios citados, São Domingos, Três Ranchos e Corumbá de Goiás, estão todos categorizados como “D” no Mapa do Turismo.

Posteriormente, entre os anos de 1998 e 2015, tivemos avanços com a promulgação da Política de Desenvolvimento do Ecoturismo e do Turismo Sustentável no Estado de Goiás e no ano de 2007 a apresentação do Plano Estadual de Turismo. A partir do ano de 2012, a Goiás Turismo, através do Observatório do Turismo, realizou estudos e análises voltadas ao desenvolvimento do turismo no Estado como a elaboração, até abril de 2023, de 52 Inventários de Oferta Turística, apresentados no quadro 2, sendo 51 Inventários Municipais e 1 Inventário da rota turística “Caminho de Cora Coralina”.



Quadro 2 - Categorização dos municípios de Goiás e Inventário da Oferta Turística (Abril/2023)

		<b>CATEGORIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS NO MAPA DO TURISMO BRASILEIRO - ESTADO DE GOIÁS (ABRIL/2023)</b>	
Município	Região Turística	Categoria	Inventário da Oferta Turística
Caldas Novas	Águas Quentes	A	2013
Rio Quente	Águas Quentes	A	2012, 2020
Goiás	Ouro e Cristais	B	2022
Pirenópolis	Ouro e Cristais	B	2012
Anápolis	Negócios e Tradições	B	2012
Trindade	Negócios e Tradições	B	2020
Alto Paraíso de Goiás	Chapada dos Veadeiros	B	2019
Formosa	Águas e Cavernas do Cerrado	B	2012, 2021
Itumbiara	Lagos do Paranaíba	B	2013
Cristalina	Ouro e Cristais	C	2019
Luziânia	Ouro e Cristais	C	2022
Pires do Rio	Estrada de Ferro	C	2019
Aragarças	Vale do Araguaia	C	2022
São Miguel do Araguaia	Vale do Araguaia	C	2012
Quirinópolis	Lagos do Paranaíba	C	2022
São Simão	Lagos do Paranaíba	C	2012
Mineiros	Chapada das Emas	C	2013
Corumbá de Goiás	Ouro e Cristais	D	2012
Bela Vista de Goiás	Negócios e Tradições	D	2022
Bonfinópolis	Estrada de Ferro	D	2019
Goiandira	Estrada de Ferro	D	2019
Ipameri	Estrada de Ferro	D	2019
Orizona	Estrada de Ferro	D	2019
Santa Cruz de Goiás	Estrada de Ferro	D	2019
Silvânia	Estrada de Ferro	D	2019
Vianópolis	Estrada de Ferro	D	2019
Cavalcante	Chapada dos Veadeiros	D	2021
Colinas do Sul	Chapada dos Veadeiros	D	2013
Teresina de Goiás	Chapada dos Veadeiros	D	2019
Mambaí	Águas e Cavernas do Cerrado	D	2022
São Domingos	Águas e Cavernas do Cerrado	D	2012
Nova Crixás	Vale do Araguaia	D	2013
Padre Bernardo	Vale da Serra da Mesa	D	2017
Paraúna	Pegadas no Cerrado	D	2020
Buriti Alegre	Lagos do Paranaíba	D	2021
Caiapônia	Chapada das Emas	D	2019
Chapadão do Céu	Chapada das Emas	D	2012
Piranhas	Chapada das Emas	D	2013
Portelândia	Chapada das Emas	D	2022
Santa Rita do Araguaia	Chapada das Emas	D	2020
Serranópolis	Chapada das Emas	D	2012
Campos Verdes	Ouro e Cristais	E	2022
Leopoldo de Bulhões	Estrada de Ferro	E	2019

Fonte: Brasil (2023) e Goiás, 2023a), adaptado pelo autor (2023).

Ao analisarmos os 51 municípios que foram contemplados com a realização do Inventário da Oferta Turística e sua relação com o processo de categorização, novamente considerando os dados do mês de abril de 2023, temos, conforme quadro 2, o total de 45 inventários para 43 municípios que figuram no Mapa do Turismo Brasileiro. Já os outros 6 Inventários da Oferta Turística, são pertencentes aos municípios de Britânia, realizado em 2013; Caldazinha, Catalão, Senador Canedo e Urutaí, realizados em 2019; e Santo Antônio do Descoberto, realizado em 2023, que, ainda não estão inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro.

Ainda, destaca-se que dos municípios que possuem Inventário da Oferta Turística e que ainda não figuram no Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2023, os municípios de Senador Canedo, Caldazinha, Catalão, Urutaí e Santo Antônio do Descoberto, também não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022.

De maneira complementar a análise realizada, considerando os dados coletados ao final do mês de abril do ano de 2023, temos, portanto, que dos 91 municípios do estado de Goiás inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, 43 já possuem Inventário de Oferta Turística e os demais 48 municípios, ainda não possuem o respectivo estudo realizado pela Goiás Turismo através do Observatório do Turismo, são eles: Goiânia, Uruaçu, Jataí, Goianésia, Abadiânia, Rio Verde, Aruanã, Lagoa Santa, Nerópolis, Posse, Jaraguá, Minaçu, Alexânia, Niquelândia, Porangatu, Aurilândia, Bom Jardim de Goiás, Buriti de Goiás, Cachoeira Dourada, Divinópolis de Goiás, Guarani de Goiás, Monte Alegre de Goiás, Mossâmedes, Perolândia, Baliza, Campestre de Goiás, Flores de Goiás, Jandaia, Nova Roma, Nova Veneza, Três Ranchos, Uruana, Cocalzinho de Goiás, Doverlândia, Maurilândia, Mundo Novo, Simolândia, Anicuns, Campinorte, Hidrolândia, Itapuranga, Palmelo, São João d'Aliança, Caçu, Novo Gama, Planaltina, Buritinópolis e Damianópolis.

Embora a inserção dos municípios no Mapa do Turismo leve em consideração essencialmente critérios administrativos, normativos e econômicos, o estado de Goiás, através da Goiás Turismo, deveria dar prioridade na elaboração dos Inventários da Oferta Turística para aqueles municípios que estão inseridos no Mapa do Turismo, fortalecendo o Estado frente ao Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo e valorizando os municípios goianos que adotaram as medidas necessárias para a sua inclusão.

O processo de categorização dos municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro, como apresentado neste capítulo, considera dados oficiais, existentes e atualizáveis, relacionadas à economia do turismo com o objetivo de identificar o desempenho do setor nos municípios e agrupá-los nas categorias de “A” a “E” de acordo com seus resultados. Considerando os dados coletados ao final do mês de abril do ano de 2023, em que 91 municípios

do estado de Goiás integravam o Mapa do Turismo Brasileiro, realizou-se uma análise estatística, relacionando o agrupamento dos municípios em sua respectiva categoria com a soma das variáveis relacionadas à econômica do turismo, conforme os resultados apresentados no quadro 3, a seguir.

Quadro 3 - Categorização dos municípios e dados econômicos no Estado de Goiás

CATEGORIA	Nº DE MUNICÍPIOS (abril/2023)	% DE MUNICÍPIOS	HOTEIS (2019)	EMPREGOS FORMAIS (2019)	TURISTAS DOMÉSTICOS (2019)	TURISTAS INTERNACIONAIS (2019)	ARRECAÇÃO (HOTÉIS) (2019)
A	3	3,3%	225	6.444	5.231.751	65.993	R\$ 57.564.461,00
B	12	13,2%	312	2.379	1.963.922	33.262	R\$ 19.784.272,00
C	17	18,7%	148	816	690.923	5.787	R\$ 3.942.677,00
D	55	60,4%	99	392	449.871	3.716	R\$ 0,00
E	4	4,4%	0	0	0	0	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>100,0%</b>	<b>784</b>	<b>10.031</b>	<b>8.336.467</b>	<b>108.758</b>	<b>R\$ 81.291.410,00</b>

Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

A avaliação dos resultados obtidos demonstrou a efetividade da metodologia de análise em cluster utilizada pelo Ministério do Turismo para o processo de categorização dos municípios, uma vez que para as variáveis de “Empregos Formais”, “Turistas Domésticos”, “Turistas Internacionais” e “Arrecadação”, houve um acompanhamento na evolução do desempenho econômico saindo de valores inferiores ou zerados na categoria “E” para os maiores valores acumulados na categoria “A”, com exceção para a variável “Hotéis”, em que a categoria “B” apresentou uma quantidade de estabelecimentos hoteleiros superior ao valor apresentado na categoria “A”.

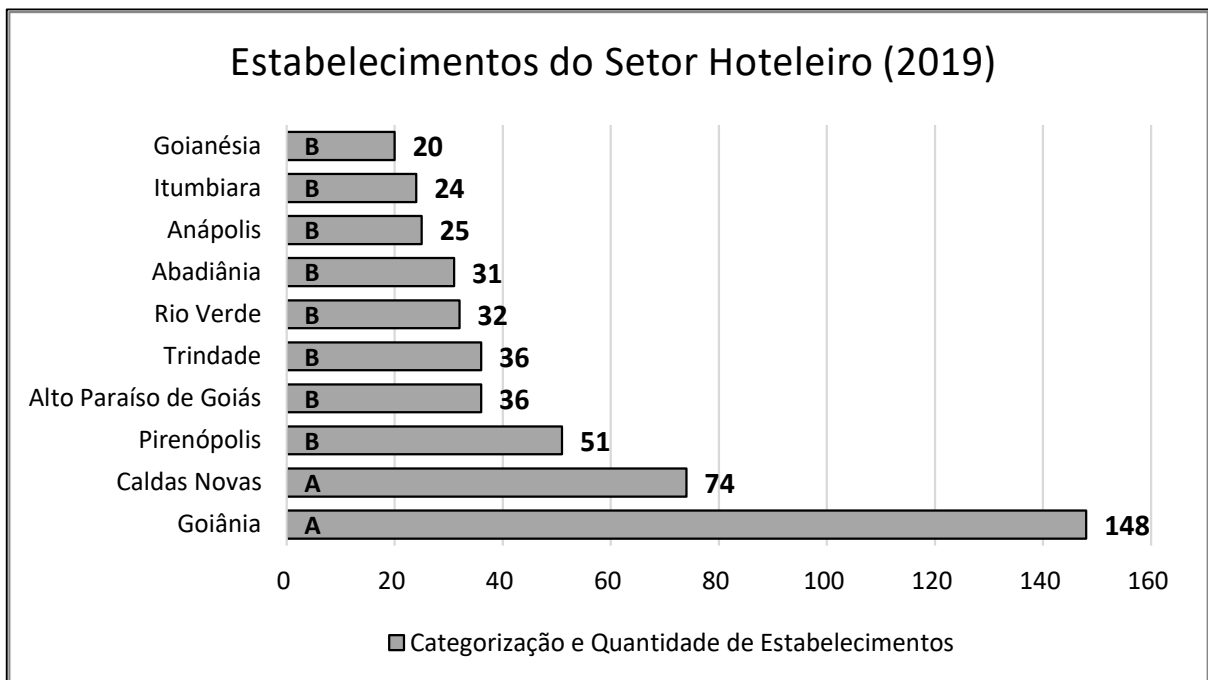
A seguir, realizamos uma análise individualizada para cada uma das variáveis econômicas utilizadas no processo de categorização, realizando um recorte amostral dos dez maiores valores apresentados nos municípios para: (I) a quantidade de estabelecimentos do setor hoteleiro; (II) a quantidade de empregos no setor hoteleiro; (III) a estimativa de turistas domésticos; (IV) a estimativa de turistas internacionais; e (V) a arrecadação de impostos federais no setor hoteleiro. Os valores apresentados têm como fonte os dados utilizados neste ano de 2023 para o processo de categorização, coletados no ano de 2019, conforme origem das informações apresentadas neste capítulo. Ainda, especificamente para a análise dos estabelecimentos do setor hoteleiro, é realizada uma análise comparativa com os dados do

Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur, com dados sobre os meios de hospedagem do 3º trimestre de 2022.

Os dados coletados junto ao Cadastur, após tratamento e recorte para o estado de Goiás, demonstraram em um contexto geral a existência de 981 meios de hospedagem em 126 municípios no 3º Trimestre do ano de 2022, já o recorte realizado apenas para os 91 municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro até o mês de abril de 2023, resultou na existência de 883 meios de hospedagem, ambos os resultados, diferentes dos valores referentes ao processo de categorização dos municípios, que demonstraram a existência de 784 meios de hospedagem pra os municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, em que os dados são datados do final do ano de 2019.

O resultado apresentado no gráfico 1, a partir dos dados do processo de categorização dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro e com recorte amostral dos dez municípios com as maiores quantidades de estabelecimentos do setor hoteleiro, demonstrou a ausência de municípios turísticos importantes no estado de Goiás, como Rio Quente, Goiás, Formosa, São Miguel do Araguaia, Cavalcante, dentre outros. Neste sentido, buscando dados mais atuais sobre o tema, foi realizada a consulta junto ao Cadastur, obtendo dados sobre os meios de hospedagem do 3º trimestre de 2022.

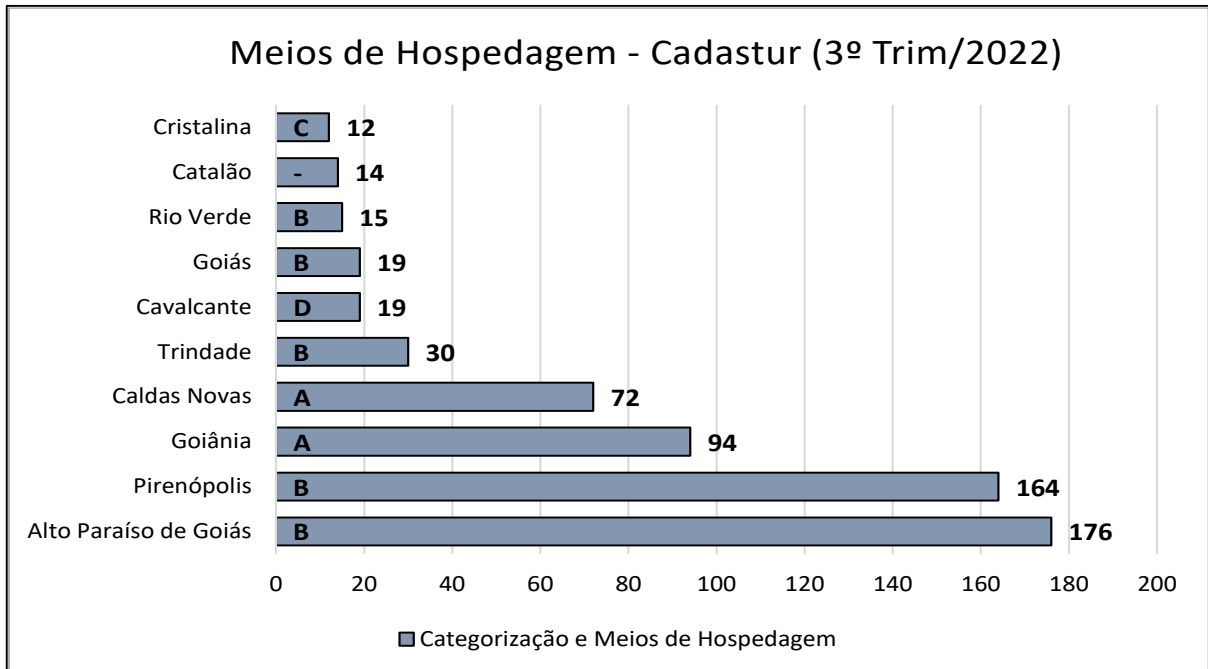
Gráfico 1 - Categorização e Estabelecimentos do Setor Hoteleiro em Goiás (2019)



Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

Ao proceder com o mesmo recorte amostral realizado para os municípios categorizados, agora com os dados do Cadastur e tendo como universo de dados todos os municípios do estado de Goiás e a seleção para as dez municipalidades com as maiores quantidades de estabelecimentos do setor hoteleiro (meios de hospedagem), chegamos ao resultado apresentado no gráfico 2.

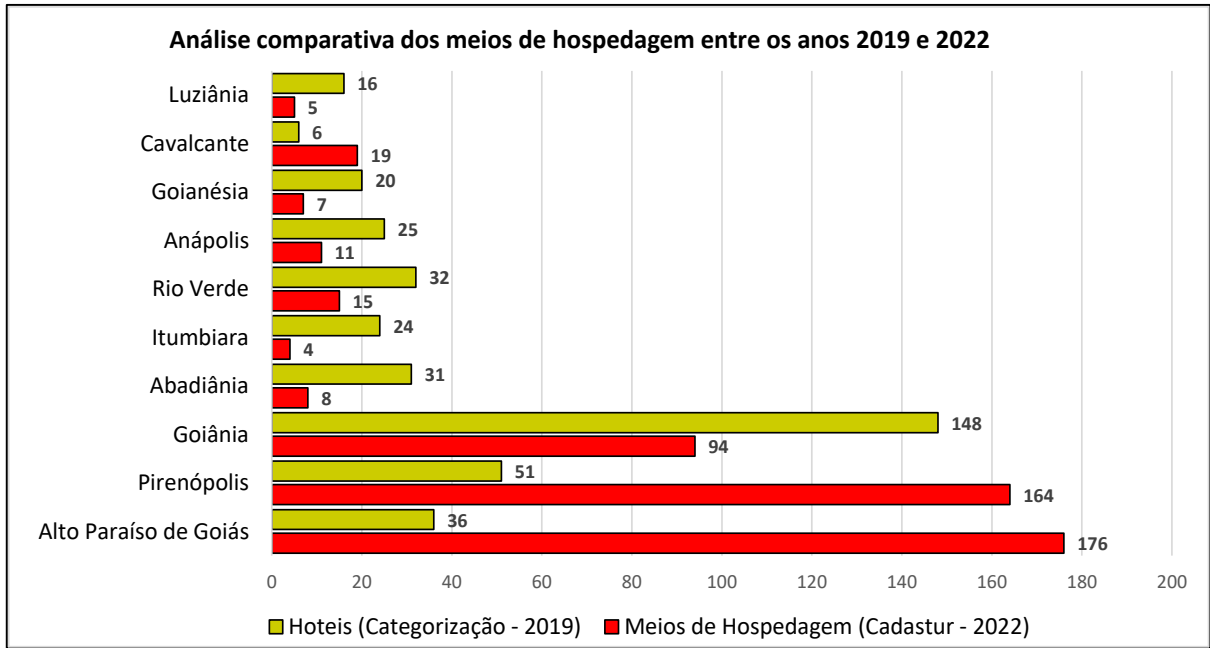
Gráfico 2 - Categorização e Meios de Hospedagem em Goiás (3º Trimestre/2022)



Fonte: Brasil (2022c), adaptado pelo autor (2023).

O resultado alcançado, demonstrou uma variação significativa em relação ao resultado obtido com os dados do processo de categorização, com a inserção de 4 novos municípios, destacando a presença de Cristalina e Cavalcante, que no processo de categorização foram classificados como “C” e “D” e, ainda, a presença do município de Catalão, que sequer esteve presente no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022 e continua ausente em 2023. Considerando os resultados desta análise comparativa, foi realizado um recorte amostral com os dez municípios que apresentaram as maiores diferenças entre os valores encontrados para (I) o processo de categorização, com dados do ano de 2019; e (II) o Cadastur, com dados do 2º trimestre de 2022, conforme resultado apresentado no gráfico 3.

Gráfico 3 - Análise comparativa dos meios de hospedagem em Goiás (2019 e 2022)



Fonte: Brasil (2022c, 2023b), adaptado pelo autor (2023).

As diferenças encontradas entre os dados do ano de 2019 (Categoriação) e do ano de 2022 (Cadastro), trazem reflexões interessantes, especialmente sobre os tipos de destino turístico e o período da pandemia do COVID-19 entre os anos de 2020 e 2022. Os resultados apresentados no gráfico demonstram uma forte retração na quantidade de meios de hospedagem existentes nos municípios turísticos voltados ao turismo de negócios, como Goiânia, Anápolis e Rio Verde, em que o período de pandemia interrompeu as visitas e reuniões de negócios presenciais, em contrapartida, os municípios que se destacam nas atividades do turismo de natureza, como Alto Paraíso de Goiás, Pirenópolis e Cavalcante, vivenciaram um crescimento neste período de pandemia em que a busca por práticas turística com distanciamento social se mostraram uma opção ao turista e uma oportunidade de negócio ao setor.

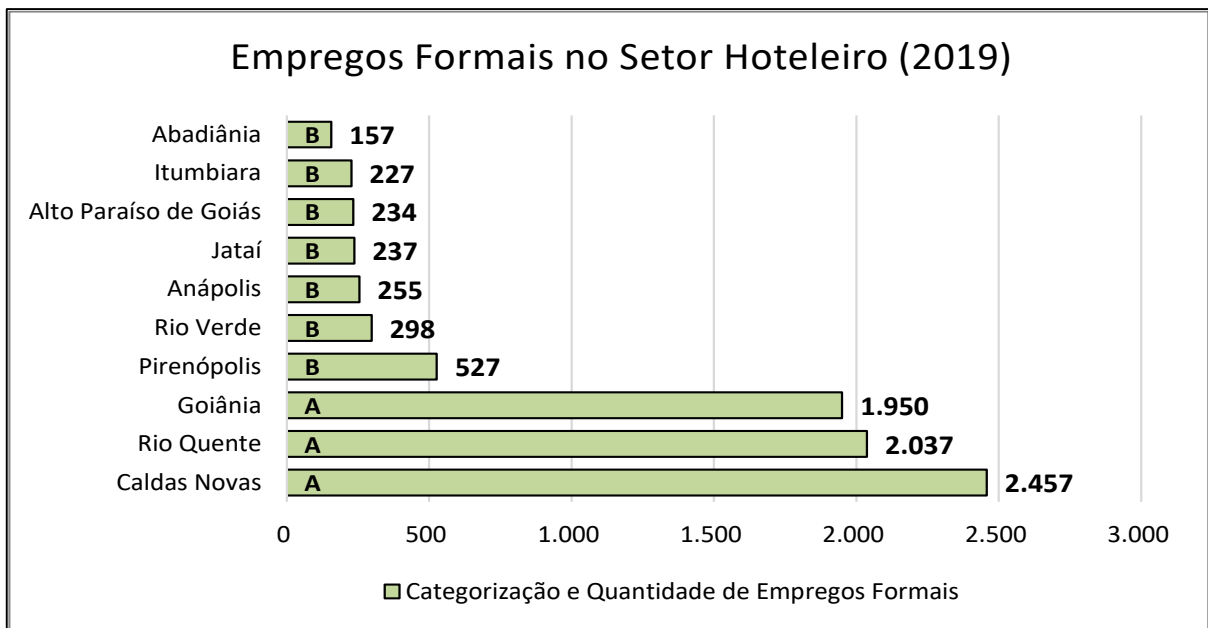
A análise comparativa entre os dados dos estabelecimentos do setor hoteleiro utilizados no processo de categoriação e os dados dos meios de hospedagem utilizados pelo Cadastur, para além da análise aqui realizada sobre a diferença da quantidade de meios de hospedagem, que demonstrou resultados significativos mesmo considerando o período de pandemia, também refletem a necessidade de escolha e utilização de dados mais atuais, que permitam uma avaliação mais justa frente ao desenvolvimento econômico dos municípios turísticos.

A análise individualizada das variáveis econômicas utilizadas no processo de categoriação, a partir do recorte amostral dos dez maiores valores encontrados, segue no gráfico 4, com a apresentação da quantidade de empregos no setor hoteleiro, mais uma vez,

tendo como fonte os dados coletados no ano de 2019, conforme origem das informações utilizadas para o processo de categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro.

O resultado apresentado no gráfico 4 guarda semelhança com o gráfico 1, que tratou da quantidade de estabelecimentos do setor hoteleiro, todavia, destacamos a presença do município de Rio Quente, que mesmo não figurando entre os dez municípios com a maior quantidade de hotéis está na segunda colocação na quantidade de empregos formais no setor, sendo responsável por 2.037 empregos formais no ano de 2019 junto ao setor hoteleiro. Ainda, destaca-se que a quantidade de empregos gerados está diretamente relacionada com a categorização dos municípios, sendo os municípios pertencentes à categoria “A” aqueles que apresentaram os maiores valores, seguidos pelos municípios da categoria “B”.

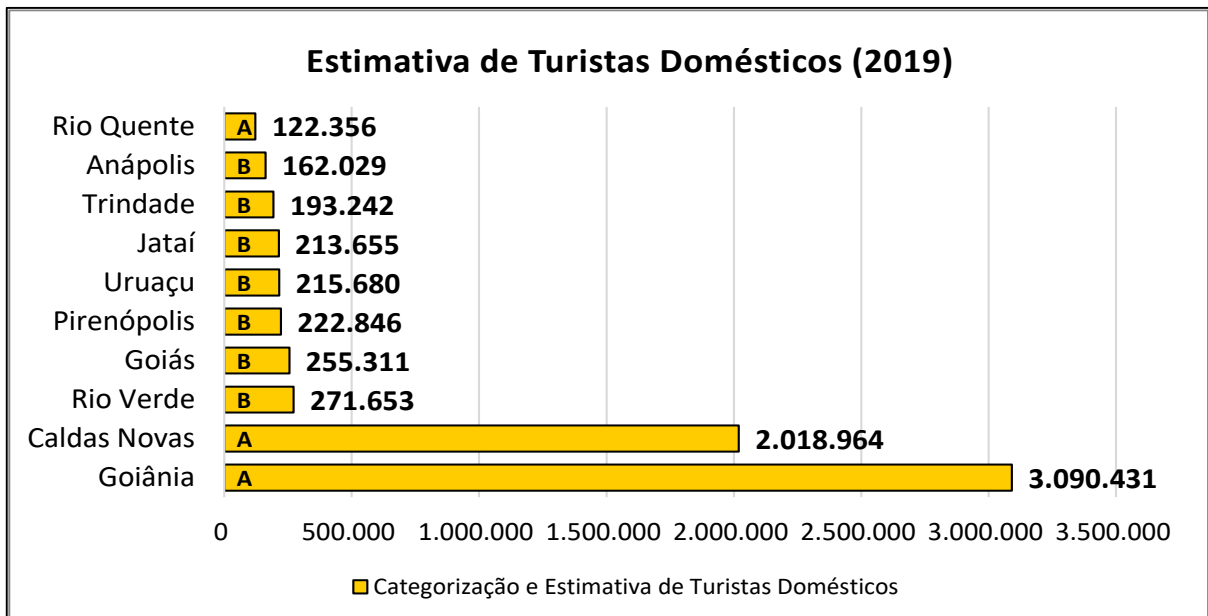
Gráfico 4 - Categorização e Empregos Formais no setor hoteleiro em Goiás (2019)



Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

A variável econômica da estimativa de turistas domésticos, também tendo como fonte os dados coletados no ano de 2019 junto ao processo de categorização dos municípios do Mapa do Turismo, é apresentada no gráfico 5 trazendo resultados interessantes como a presença de municípios que empiricamente tem no turismo de negócios sua maior representatividade, como Goiânia, capital política, comercial e de serviços do Estado, Rio Verde e Jataí pela presença de grandes empresas do setor do agronegócio, com realização de importantes feiras anuais neste segmento, e ainda, Anápolis, com a presença de grandes empresas nacionais e multinacionais no Distrito Agroindustrial de Anápolis (DAIA).

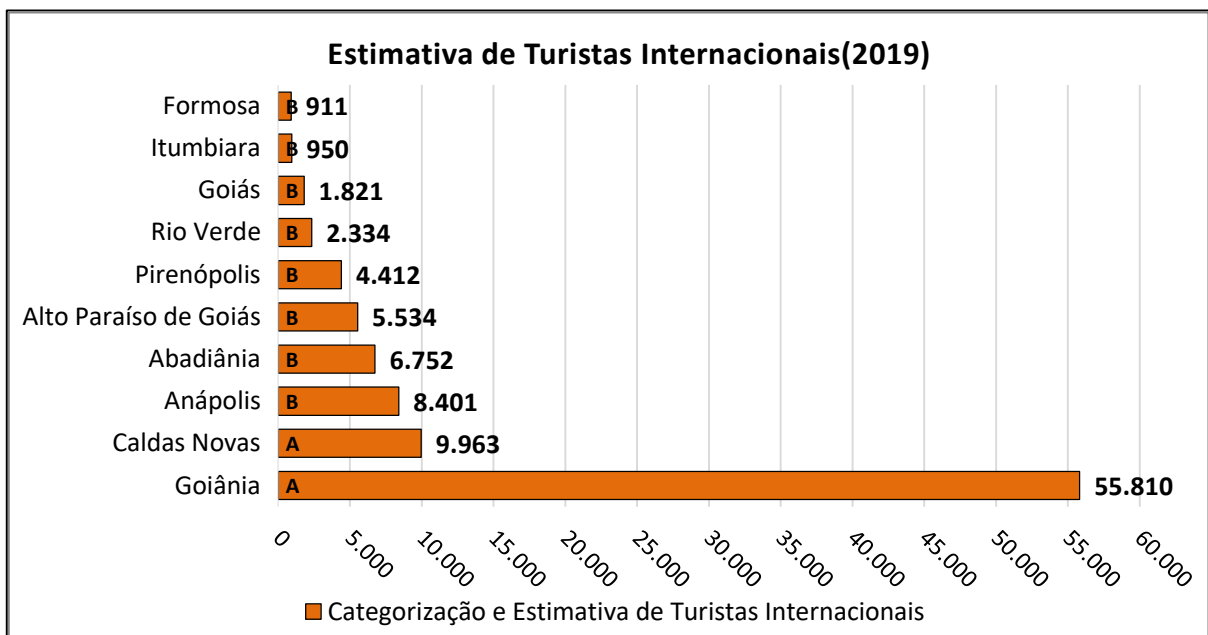
Gráfico 5 - Categorização e Estimativa de Turistas Domésticos em Goiás (2019)



Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

A variável econômica da estimativa de turistas internacionais no ano de 2019, a partir do recorte amostral proposto, é apresentada no gráfico 6, trazendo a capital Goiânia, com a maior estimativa de recepção de turistas internacionais, resultado este, motivado, potencialmente, pela presença do Aeroporto Internacional de Goiânia - Santa Genoveva.

Gráfico 6 - Categorização e Estimativa de Turistas Internacionais em Goiás (2019)



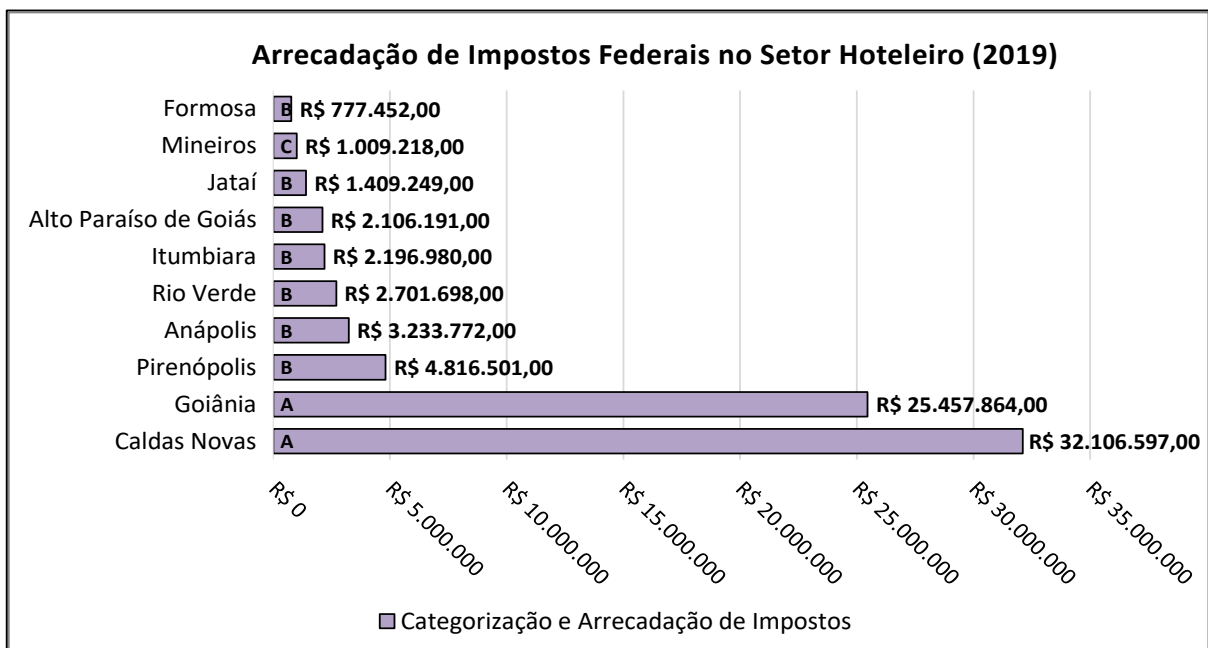
Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).



Além dos destinos notadamente voltados para o turismo de negócios, como Goiânia, Anápolis e Rio Verde, destacam-se os destinos turísticos de Caldas Novas, Alto Paraíso de Goiás, Pirenópolis, Goiás e Formosa, chamando a atenção o município de Abadiânia, que mesmo não figurando entre as maiores estimativas de recepção de turistas domésticos, ocupa a quarta colocação na estimativa de recepção dos turistas internacionais no ano de 2019. A colocação de Abadiânia pode ser motivada, à época, pela então recente prisão do “personagem” João de Deus, que atraía pessoas com a promessa de cura e tratamento espiritual. O município respirou e viveu do turismo religioso por quase 40 anos, que levava uma média de 4.000 turistas por semana até a cidade, até a prisão do então “líder espiritual” em 2018, quando a média de turistas passou a 150 pessoas por semana (SALLES, 2021).

A variável econômica de arrecadação de impostos federais pelas atividades do setor hoteleiro, também tendo como fonte os dados coletados no ano de 2019 junto ao processo de categorização dos municípios do Mapa do Turismo, é apresentada no gráfico 7, trazendo resultados representativos como os valores alcançados para os municípios de Caldas Novas e Goiânia, superiores aos demais municípios e a presença dos municípios de Formosa e Mineiros, que mesmo não tendo figurado entres os dez municípios com maior quantidade de hotéis e maior quantidade de empregos formais gerados pelo setor hoteleiro, estão agrupados entre os dez municípios com maior arrecadação de tributos federais do setor no ano de 2019.

Gráfico 7 - Categorização e arrecadação de impostos no Setor Hoteleiro em Goiás (2019)



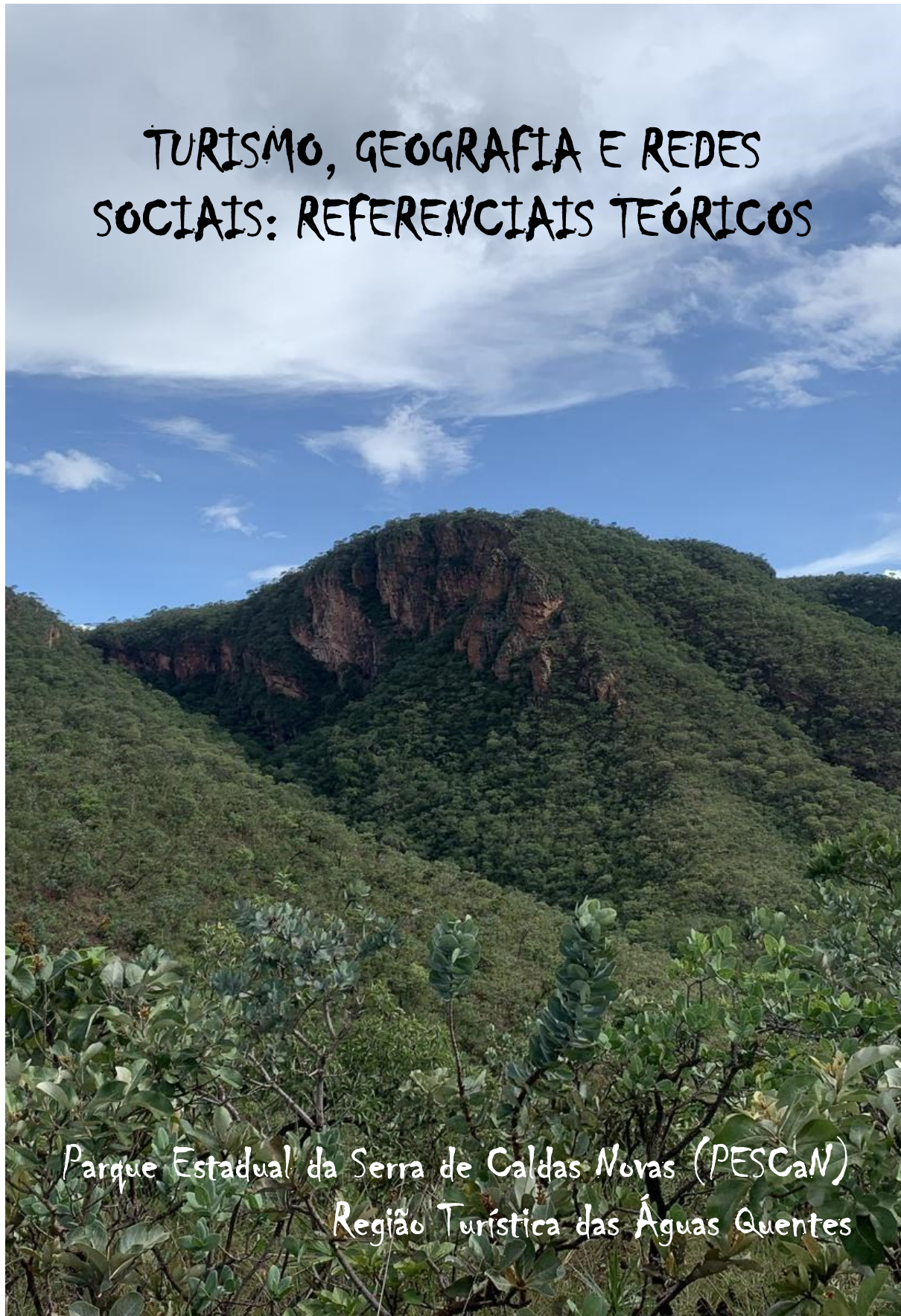
Fonte: Brasil (2023), adaptado pelo autor (2023).

Avaliando o resultado dos municípios com maior arrecadação de impostos federais pelo setor hoteleiro, destacamos cinco municípios que estiveram presentes nos outros quatro gráficos relacionados às variáveis econômicas utilizadas no processo de categorização dos municípios, são eles: Caldas Novas, Goiânia, Pirenópolis, Anápolis e Rio Verde, que também se destacaram na quantidade de estabelecimentos do setor hoteleiro, mão de obra formal do setor e estimativa de turistas domésticos e internacionais.

Avaliando os resultados apresentados nos gráficos relacionados às variáveis econômicas utilizadas no processo de categorização, constata-se que a metodologia cluster, de agrupamento dos municípios que apresentam médias similares para todas as variáveis, demonstrou, metodologicamente, a efetividade em seu objetivo, entretanto, a análise comparativa realizada entre os dados de categorização dos municípios referente ao ano de 2019 e os dados do Cadastur referente aos meios de hospedagem no ano de 2022, resultou em uma disparidade considerável entre as fontes de dados analisadas, demonstrando a necessidade de utilização de dados atualizados pelo Ministério do Turismo, garantindo uma avaliação mais justa frente ao desempenho econômico dos municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro.

Em uma análise ampliada, para além do processo de categorização, sem desconsiderar a importância dos critérios adotados pelo Governo Federal para a continuidade do Programa de Regionalização do Turismo e a construção do Mapa do Turismo Brasileiro, nota-se, em uma análise preliminar, que os critérios definidos para a inserção de determinado município no Mapa em questão, são baseados essencialmente, na existência de uma estrutura administrativa municipal, com existência de legislação específica e de Conselho Municipal de Turismo, além da necessidade de comprovação da existência de prestadores de serviços turísticos junto ao Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), desconsiderando o atrativo turístico em si, podendo resultar na marginalização daqueles municípios que não atendem minimamente os critérios exigidos.

# TURISMO, GEOGRAFIA E REDES SOCIAIS: REFERENCIAIS TEÓRICOS



Fonte: Henrique 2 (2023)

Ver: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-corrída-em-montanha/rio-quente-122736494/photo-78580678>

## **4 TURISMO, GEOGRAFIA E REDES SOCIAIS: REFERENCIAIS TEÓRICOS**

O referencial teórico tem por finalidade apresentar a fundamentação teórica básica que coloca a pesquisa no contexto da ciência Geográfica e a partir da revisão da literatura, o pesquisador busca conhecer o que já foi produzido sobre o tema da pesquisa, inclusive sobre os procedimentos metodológicos que o permitem alcançar o objetivo colocado, através de pesquisas bibliográficas diversas, sejam livros, teses, artigos, manuais técnicos e similares que subsidiaram todo o processo de pesquisa.

A partir do tema proposto e do objetivo geral desta pesquisa, de “avaliar a existência de atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás através de dados de geolocalização existentes na rede mundial de computadores, visando subsidiar políticas de desenvolvimento do setor turístico”, buscou-se realizar a pesquisa teórica conceitual para seus temas de sustentação.

A seguir, são apresentados os conceitos sobre as categorias do turismo, com a discussão da categoria turística de análise da pesquisa, que se dá a partir das atividades do turismo em natureza, das atividades ao ar livre e atividades realizadas em ambientes rurais e ambientes naturais (ambientes não urbanos), relacionados às paisagens de beleza cênica registradas e atividades ao ar livre publicadas pelos usuários das redes sociais. Ainda, de modo a enriquecer a discussão do tema de pesquisa, discutiu-se a temática Geografia, e as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), apresentando a inserção do tema na história do pensamento geográfico, os conceitos relacionados às tecnologias da informação e as pesquisas que buscaram soluções metodológicas para o uso de dados de redes sociais, direcionando a construção da metodologia utilizada para avaliar a existência de atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás a partir de determinadas bases cartográficas oficiais e produções cartográficas colaborativas, disponíveis na rede mundial de computadores.

### **4.1 Segmentação turística e o turismo em natureza**

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) o turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que implica o movimento de pessoas para países ou lugares fora de seu ambiente habitual para fins pessoais ou profissionais (UNITED NATION, 2010).

O Ministério do Turismo (MTur) do Brasil, em seu caderno “Glossário do Turismo”, faz uma compilação dos termos publicados pela Instituição e pela Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), destacando a seguinte definição para Turismo:

“Conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros” (BRASIL, 2018a, p. 30).

Ignarra (2013) por sua vez, ao discutir os fundamentos do turismo, aborda a definição do termo “turismo” descrevendo os conceitos dados por diversos autores e instituições e destacando a complexidade do fenômeno “turismo”, definindo-o como “[...] o deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional constante” (IGNARRA, 2013, p. 16).

Rodrigues (1999) ao tratar do interesse do fenômeno turístico na Geografia aponta a década de 1960 como marco dos estudos deste tema com caráter Geográfico, ligando a evolução das pesquisas e publicações ao crescimento econômico global vinculado ao final da segunda guerra mundial, destacando as produções científicas de pesquisadores europeus, especialmente nos países centrais do capitalismo.

Ao tratar da complexidade de enquadramento do turismo em área determinada do conhecimento científico, Rodrigues (1999) reforça a necessidade de uma abordagem multidisciplinar do turismo “[...] pelo conjunto das ciências sociais, integrando, além dos aspectos histórico-geográficos, os aspectos econômicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos e jurídicos [...], políticos, culturais e ecológicos, dentre outros”, enfatizando a necessidade de uma abordagem holística, que supere as fronteiras impostas pela sistematização do conhecimento científico (RODRIGUES, 1999, p. 41). Assunção (2012), por sua vez, afirma que:

O fenômeno turístico é extremamente complexo pela relação que estabelece com diversas áreas das ciências sociais e humanas. A categoria turismo é ainda um termo que necessita ser desconstruído, tendo em vista a complexidade que envolve o turismo e as práticas culturais do lazer. O turismo é uma atividade baseada em três elementos operativos: o tempo livre, o rendimento e as condições e sanções locais que permitem a atividade turística. O turismo pode ser entendido como um conjunto de técnicas baseadas em princípios científicos, as quais têm como objetivo prestar diferentes tipos de serviços às pessoas que utilizam seu tempo livre para viajar. Em 1963, na Conferência das Nações Unidas, realizada em Roma, foi estabelecida uma série de definições que, posteriormente, foram aceitas pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Nas discussões, o turismo foi compreendido como fenômeno socioeconômico e cultural que tem como pressuposto a deslocação de pessoas para locais fora da área em que trabalham ou vivem, por um período limitado e por motivos que não sejam profissionais (ASSUNÇÃO, 2012, p. 13).

Os conceitos e abordagens sobre o termo “turismo” demonstram que o mesmo está diretamente ligado ao movimento, à viagem, seja ela próxima ou distante, realizada em um local

diverso da residência do personagem principal, o turista, remetendo o surgimento da atividade turística ao deslocamento do ser humano. Segundo Rodrigues (1999, p. 43),

O turismo na sua enorme complexidade reveste-se de tríplice aspecto com incidências territoriais específicas em cada um deles. Trata-se de fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). É nestas que se manifesta materialmente o espaço turístico ou se reformula o espaço anteriormente ocupado. E aqui também que se dá de forma mais acentuada o consumo do espaço (RODRIGUES, 1999, p. 43).

Thevenin (2011) assevera que os avanços tecnológicos nos meios de transporte com a possibilidade de alcançar destinos longínquos em tempos cada vez menores e ainda as transformações culturais ocorridas no período do renascimento, especialmente na Europa Ocidental, possibilitaram a intensificação das viagens em um período em que o conhecimento e o domínio da tecnologia permitiram a realização de grandes viagens marítimas, a conquista de novos territórios, fundamentais para a economia mercantil, viabilizando a acumulação de riquezas. Historicamente, com o processo crescente de industrialização, a divisão social do trabalho e a concretização da distinção entre os modos de vida rural e o urbano, a sociedade moderna com o padrão de desenvolvimento capitalista também imprime ao turismo uma nova face a partir da exploração comercial das atividades turísticas.

As atividades turísticas mesmo que inerentes ao mesmo setor econômico estão segmentadas e são diferenciadas, por exemplo, por seu local de realização, por sua natureza, por sua finalidade ou por características específicas que as diferenciem. Diversas são as terminologias utilizadas para caracterizar a atividade turística realizada, criando identidade, fortalecendo a imagem e podendo ser utilizado como diferencial competitivo, neste sentido, nesta seção, serão apresentadas algumas discussões sobre as tipologias de atividades turísticas e a segmentação do setor a partir das políticas públicas existentes, com o propósito de, ao final, apresentar o recorte temático de atividades turísticas alcançadas neste estudo.

A segmentação de mercado no turismo não é uma noção acadêmica, mas sim uma estratégia que busca encontrar, através de recursos de marketing, uma maior otimização do setor; seja pelo lado das empresas turísticas na tentativa de maximizar seus lucros, seja pelo lado dos turistas na tentativa de maximizar sua satisfação (LAGE, 1992, p. 63).

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) no caderno “Segmentação do Turismo e o Mercado”, levando em consideração o comportamento do consumidor, coloca a importância de valorizar a diversidade e as particularidades existentes em todo o país como estratégia de comercialização. A segmentação da atividade turística, materializada nos produtos e roteiros

turísticos, é definida a partir da relação de oferta e demanda, considerando a existência de aspectos, características, atividades, tradições, serviços e infraestrutura associados, tais como: aspectos geográficos, históricos, arquitetônicos, esportivos, manifestações culturais e/ou de fé, estruturas de lazer, infraestrutura viária e rede hoteleira, bem como outras características em comum.

Ignarra (2013) ao tratar do processo de identificação e segmentação do turismo a partir da demanda do turista, estabelece os seguintes macro critérios de avaliação: idade, nível de renda do turista, meio de transporte, tempo de permanência, distância do mercado consumidor, tipo de grupo, o fluxo turístico, a condição geográfica do destino turístico, os aspectos culturais e a motivação da viagem, observando que os critérios não são excludentes. O autor, a partir dos critérios utilizados para a segmentação do mercado, apresenta as categorias descritas no quadro 4, a seguir:

Quadro 4 - Segmentos do mercado turístico

<b>CRITÉRIO DE SEGMENTAÇÃO</b>	<b>SEGMENTO</b>		
Idade	Infantil	De meia-idade	De terceira-idade
	Juvenil		
Nível de renda	Popular	De classe média	De luxo
Meio de transporte	Aéreo	Marítimo	Ferroviário
	Rodoviário	Fluvial/lacustre	
Tempo de permanência	De curta duração	De média duração	De longa duração
Distância do mercado consumidor	Local	Nacional	Intercontinental
	Regional	Continental	
Tipo de grupo	Individual	De famílias	De grupos
	De casais		
Sentido do fluxo turístico	Emissivo	Receptivo	
Condição geográfica da destinação turística	De praia	De campo	De neve
	De montanha		
Aspecto cultural	Étnico	Histórico	Religioso
Grau de urbanização da destinação turística	Grandes metrópoles	Rural	Áreas naturais
	Pequenas cidades		
Motivação da viagem	De negócios	Educacional	De lazer
	De eventos	Esportivo	De saúde
	De pesca		

Fonte: Adaptado de Ignarra (2013, p. 137-138).



Lage (1992) apresenta como os cinco principais critérios de segmentação do mercado turístico: os aspectos geográficos, demográficos, psicográficos, econômicos e sociais, atribuindo a segmentação geográfica como a mais eficiente e popular no setor turístico, apresentando exemplos como o tipo de ambiente onde a atividade turística é realizada (praia, montanha, neve, ilhas, natureza, etc.).

O Ministério do Turismo diante da diversidade de tipologias e atividades turísticas, definiu no caderno “Segmentação do Turismo e o Mercado” alguns segmentos turísticos prioritários para o desenvolvimento no país, a saber: Turismo Cultural, Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Pesca e o Turismo de Saúde (BRASIL, 2010).

McKercher (2002, p. 13) coloca o turismo de natureza como sendo aquele “[...] que engloba ecoturismo, turismo de aventura, turismo educacional e uma profusão de outros tipos de experiências proporcionados pelo turismo ao ar livre e alternativo [...]”.

[...] o ecoturismo – uma das formas de turismo alternativo – caracteriza-se por viagens para reservas naturais, relativamente pouco alteradas e não contaminadas, com o objetivo específico de estudar, admirar e desfrutar da paisagem, da fauna e da flora, da mesma forma que pretende a integração dos viajantes com o entorno e, em particular, com as comunidades locais.

O grau de participação física, social e intelectual é um dos elementos básicos para diferenciar o ecoturismo do turismo convencional. A participação numa experiência ecoturística implica criatividade e protagonismo. Há uma tendência para combinar as atividades físicas, como caminhadas, trekking, ciclismo, canoagem e outras, com o desenvolvimento de consciência ambiental, conduzindo a convivência com a população autóctone para, mediante participação no seu cotidiano, aprofundar-se no convívio com sua cultura (RODRIGUES, 1999, p. 98-99).

Diante da segmentação turística apresentada, da diversidade de atividades turísticas existentes e ainda, considerando o objeto de estudo proposto para a pesquisa, destacaremos as atividades turísticas realizadas em ambientes naturais, em áreas não urbanas, que possam apresentar relação com diversos segmentos, como por exemplo: o Ecoturismo, o Turismo de Natureza, o Turismo de Pesca, o Turismo de Aventura, o Turismo Rural, dentre outros, de modo que, será utilizado aqui o termo “Turismo em Natureza” para agrupar a diversidade de atividades realizadas em ambientes naturais, não urbanos, que se coloca de forma mais heterogênea em relação ao termo “Turismo de Natureza”, que reflete apenas o segmento do mercado turístico.

Ainda destacando a importância sócio econômica do desenvolvimento do turismo de/em natureza, no ano de 2019 a 13ª cúpula dos Ministros da OMT, realizada em parceria com a



World Travel Market (WTM), enfocou a inovação e a tecnologia do turismo e seu lugar no empoderamento das comunidades rurais, definindo o "Desenvolvimento Rural e Turismo" como tema de destaque do Dia Mundial do Turismo para o ano de 2020 (UNITED NATIONS, 2019).

A Cúpula dos Ministros foi realizada enquanto a OMT trabalha com seus Estados Membros e ao lado de suas agências das Nações Unidas para enfrentar os desafios impostos pelos crescentes níveis de urbanização. De acordo com a ONU, 68% da população mundial viverá nas cidades até 2050. Em muitos lugares, isso significa que as comunidades rurais são “deixadas para trás”, e o turismo foi identificado como um meio essencial de diminuir a divisão rural-urbana, criação de empregos e aumento da sustentabilidade econômica.

[...]

Na abertura da cúpula, Pololikashvili disse: “Globalmente, a pobreza é predominantemente rural. Isso significa que, se o turismo sério é um fator de crescimento e desenvolvimento, precisamos olhar para fora de nossas cidades: precisamos trabalhar juntos para ajudar até a menor comunidade a aproveitar os muitos e variados benefícios que o turismo pode trazer” (UNITED NATIONS, 2019, tradução nossa).

Blanco (2009) discute o turismo em áreas de agricultura familiar como vetor de sustentabilidade do desenvolvimento local, colocando o turismo de base comunitária no meio rural como uma estratégia altamente promissora, que deve ser fortalecida por iniciativas associativistas e de cooperativismo, além de políticas locais de fomento ao turismo. O autor, destaca ainda a importância de diversificação das atividades não-agrícolas como fonte de renda à população local, citando o aumento da renda, a manutenção das formas tradicionais de produção familiar e principalmente a manutenção da família no campo, reduzindo o fluxo migratório da população do campo rumo a cidade.

Tendo o ambiente rural como suporte ao desenvolvimento do turismo em natureza, a exploração das atividades e atrativos turísticos podem, e devem, representar papel fundamental para a diversificação das possibilidades de renda ao homem do campo, combatendo o movimento de migração do homem do campo para as cidades. Ademais, considerando a paisagem natural/rural como ambiente de suporte às atividades turísticas e a necessidade de preservação da “matéria-prima” do turismo em natureza, destaca-se a importância do homem do campo, enquanto protagonista na preservação dos ambientes naturais. A exploração sustentável de determinado ambiente pelo turismo, remete à necessidade de manutenção da qualidade de conservação para atendimento das expectativas do turista, reduzindo o uso destes ambientes para outras finalidades que possam desqualificar sua condição natural.

## 4.2 Geografia e as novas tecnologias da informação e comunicação

A ciência geográfica não se inicia no momento de sua institucionalização enquanto disciplina do conhecimento científico moderno, mas bem antes deste momento os conhecimentos geográficos já eram utilizados. Segundo Moreira (1983, p. 4):

A geografia que hoje conhecemos tem suas origens no século XIX. Em sua florescência e desenvolvimento concorrem duas grandes filiações, as Sociedades de Geografia e as Universidades. A geografia que se produz em uma e outra dessas instituições é diferente, só aqui e ali se entrecruzando. A que se produz nas Sociedades de Geografia é um conhecimento de tudo que se refere a povos e territórios dos diferentes cantos do mundo, reunindo as Sociedades viajantes, naturalistas, militares e cientistas de várias procedências acadêmicas. A que se produz nas Universidades tem um cunho especificamente científico e reúne professores e pesquisadores formados e dedicados ao desenvolvimento e atualização das teorias e métodos científicos que dão embasamento à ciência geográfica. Assim, as Sociedades de Geografia atendem ao público mais amplo em seu desejo de conhecimento dos povos e lugares, enquanto as Universidades atendem aos propósitos de formação acadêmica dos que vão ter na geografia sua área e campo de atuação mais específico. Durante o correr da primeira metade do século XIX estas duas instituições correm em paralelo, distanciando-se para separar-se em campos distintos na segunda metade. Todavia, paralela a essas duas corre a anunciada por Estrabão.

Ainda no séc. I, Estrabão, um dos fundadores da geografia, dizia que o “homem, a terra, a vida e a felicidade, as relações que os enlaçam na totalidade dos modos de vida variáveis no espaço e no tempo [...] definem a geografia e seu modo de envolvimento”. (MOREIRA, 1983, p. 3). Hoje o estudo do homem, da terra e das relações estabelecidas em sua totalidade ainda continuam como objeto de estudo da geografia científica da atualidade. Segundo Gomes (1996, p.70) “o leque de preocupações da geografia coincide em grande parte com as questões mais cruciais suscitadas pela sociedade moderna: a relação homem-natureza, a conexão de fenômenos naturais na superfície do globo, a influência da natureza sobre a cultura”.

Paul Claval considera que existiram três grandes cortes no pensamento geográfico. O primeiro corresponde à transformação trazida pelo triunfo do espírito naturalista no final do século XVIII [...] que se traduziu por uma sistematização da explicação e por uma descrição metódica na geografia. O segundo corte se situou no final do século XIX; ele corresponde ao momento de institucionalização da disciplina e foi marcado por uma compartimentação do saber geográfico: a geografia geral física e a geografia regional. Finalmente, o terceiro grande corte foi aquele vivido nos anos 50 e correspondeu a transformação da geografia em uma ciência social. (GOMES, 1996, p.46).

Segundo Gomes (1996, p. 151) para “a maioria dos historiadores da geografia, Humboldt é o primeiro a verdadeiramente estabelecer as novas regras do pensamento

geográfico moderno. [...]. As viagens do séc. XVIII valorizavam a observação direta e a descrição detalhada”.

O espírito eclético de Humboldt lhe permitiu combinar com criatividade as ideias recebidas do materialismo racionalista com as proposições do idealismo alemão e do romantismo filosófico. Muitos comentadores da obra de Humboldt, que acreditavam poder descobrir nele um homem de ciência, positivo e racionalista, ficaram surpresos com seu discurso e suas concepções diretamente influenciadas pelo Romantismo (GOMES, 1996, p.154).

Segundo Gomes (1996, p. 231) “no caso da geografia, o evidente e o imediato estão na paisagem: [...] A paisagem é concebida por Sauer como uma associação de formas, físicas e culturais, o resultado de um longo processo de constituição e diferenciação de um espaço”.

A origem do conceito científico de paisagem está relacionada com as expedições europeias realizadas na América e em outros continentes nos séculos XVIII e XIX. Pode-se atribuir o primeiro uso geográfico deste conceito ao cientista e viajante Alexander von Humboldt, cuja viagem à América Latina, realizada entre 1799 e 1804 constitui, ela mesma, uma espécie de ato fundador da Geografia moderna. O interessante aqui é notar que o conceito de paisagem acompanha a Geografia desde o princípio, constituindo-se numa preocupação básica dos primeiros tempos desta ciência. Os viajantes, ao avistarem e adentrarem terras estranhas, se deparavam com a questão fundamental para todo aquele que deixa sua terra e se lança ao mundo, e que reside no fundo de toda investigação geográfica: por que este espaço que avisto é diferente de outro de onde eu venho? (POZZO; VIDAL, 2010, p.111).

A utilização do termo paisagem pelos naturalistas do séc. XVIII em suas viagens pelo mundo, “dá ensejo à formulação de estudos comparativos que são a base da Geografia moderna, como demonstra o trabalho pioneiro de Humboldt sobre a Geografia das plantas, baseado em observações efetuadas em distintas latitudes e altitudes” (POZZO; VIDAL, 2010, p.114).

Apesar do rigor científico, ainda é notável entre estes viajantes a influência do romantismo, equivale dizer, de uma paisagem exterior em íntima relação com a vida interior do indivíduo, causadora de determinadas emoções. A estética (do grego *stesis*: sensação, sentimento) da paisagem é tão importante quanto a descrição de suas formas, refletindo a busca de uma união entre ciência e arte, esferas que o mundo moderno, entretanto, colocava em crescente oposição [...]. (POZZO; VIDAL, 2010, p.114).

O valor estético de uma paisagem, além do caráter científico ou mesmo da arte, tem o caráter ou potencial de proporcionar o aproveitamento turístico de determinado local, pois como colocado por Tuan (1980, p. 106) “os meios pelos quais os seres humanos respondem ao meio ambiente [...] podem variar desde a apreciação visual e estética até o contato corporal”, sendo

que, a “resposta” a que o autor se refere pode ser interpretada como a forma com que o homem, carregado de laços afetivos, se relaciona com o meio que o circunda.

Ainda segundo Tuan (1980, p. 107), a resposta do ser humano dada ao meio ambiente “pode ser basicamente estética: em seguida, pode variar do efêmero prazer que se tem de uma vista, até a sensação de beleza, igualmente fugaz, mas muito mais intensa, que é subitamente revelada. A resposta pode ser tátil: o deleite ao sentir o ar, água, terra”.

Santos (2006, p. 66), diz que a “[...] paisagem é o conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza”. Ainda segundo Santos (1988, p. 21) “tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons, etc.”.

Segundo Magro (2002, p. 144) a percepção da paisagem “[...] é relacionada com uma vista panorâmica onde a imagem da vegetação, rios, lagos, montanhas, animais e pessoas, numa combinação com condições climáticas especiais formam um todo variando de acordo com o campo de percepção”. A paisagem, enquanto campo de percepção espacial da visão humana, é “[...] determinada por atributos naturais da geomorfologia, clima, uso da terra e também pela própria percepção do que vemos” (MAGRO, 2002, p. 144).

A influência que os recursos naturais, na sua forma mais primitiva, exercem sobre as pessoas é relevante e determina a seleção do que se quer ou não para si. A opção pode ser de aproximação ou ao contrário de rejeição, dependendo do perfil e das experiências anteriores experimentadas. Em geral as pessoas querem e buscam experiências no meio rural onde tenham um maior contato com o ambiente natural e de preferência possam testar a si próprias e superar limites (MAGRO, 2002, p. 142).

“A satisfação nasce da expectativa, da procura do prazer, que se situa na imaginação. Os turistas não consomem lugares ou olhares [...], mas através dos lugares e dos olhares buscam a realização de um desejo que os transcende e povoa sua imaginação” (STEIL, 2002, p. 65). A satisfação que o turista vivencia na convivência com o ambiente natural é um dos fatores que o motiva a “materializar” este momento através das postagens nas redes sociais e são estes registros da paisagem, realizados por fotos com atributos espaciais de geolocalização que subsidiam parte da análise espacial do potencial turístico aqui avaliado.

Castells (1999, p. 119), diz que no final do século XX surge uma nova economia em escala global, designada pelo autor como “informacional, global e em rede”, informacional pela capacidade de gerar informação e transformar em conhecimento; global e em rede, pelas

possibilidades infinitas de intercâmbio a partir da rede de conexões em escala mundial, facilitada pela tecnologia da informação. Esta nova dinâmica da economia global descrita universalmente por Castells (1999) também se aplica ao turismo enquanto atividade econômica, pois, independentemente de sua modalidade, natureza ou a forma organizacional, o mercado exige a “modernização” dos processos, garantindo a fluidez da circulação de produtos, da informação e do capital (BARBOSA, 2011).

López (2017), assegura que as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs) se referem não só as tecnologias da informação e comunicação, mas também a ciência Geográfica, diferenciando dois componentes especialmente importantes para o uso das NTICs no desenvolvimento territorial, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e as Tecnologias de Informação Geográfica (TIGs), uma vez que o uso destas novas tecnologias está vinculado ao espaço onde se desenvolvem e onde são produzidas as informações.

Capel (2010) afirma que as tecnologias da informação e a internet mudaram a Geografia do mundo em que vivemos, por causa das possibilidades que ofereceram de ter informações sobre o planeta a partir das Tecnologias de Informação Geográfica (TIG), dentre elas, os Sistemas de Informação Geográfica (SIG), os Sistemas de Posicionamento Global (GPS), o Sensoriamento Remoto e as linguagens de programação em computadores e Inteligência Artificial (IA) aplicadas às geotecnologias. Se inicialmente estas tecnologias eram amplamente utilizadas especialmente pelas empresas, universidades e serviços públicos, hoje, o público em geral, utiliza cada vez mais computadores e smartphones com acesso à internet e à informação geográfica.

O que hoje é chamado de ciência da informação geográfica estabelece a conexão entre as tecnologias de informação e comunicação e o conhecimento geográfico. Isso deve ser entendido hoje em um sentido muito amplo: não é apenas o do mundo acadêmico, muito menos o produzido pela comunidade científica de geógrafos, mas todo o conhecimento que está relacionado aos mapas, à superfície da Terra e à localização dos lugares nela (CAPEL, 2010, p. 1, tradução nossa).

As TIGs estudadas nos trabalhos de Capel (2010) e López (2017), assim como nas discussões sobre as TICs associadas a informação geográfica nas produções de Barbosa (2011) e Urano, Siqueira e Nóbrega (2016), demonstram a importância destas ferramentas para análise espacial e visualização de dados geográficos, com informações sobre as atrações turísticas, as rotas de acesso e infraestrutura local, a qualidade da visita e avaliação dos visitantes, permitindo a coleta e análise de informações que devem subsidiar a tomada de decisão pelos gestores públicos, pelas empresas do setor e pelos turistas.

Neste sentido, considerando a importância a nível global para o papel da inovação e das TICs no fortalecimento do setor turístico, destaca-se na leitura de Castells (1999), os aspectos centrais enquanto fios condutores para a inclusão das TICs no processo de transformação social, são eles: a informação enquanto matéria prima; o potencial de penetrabilidade das novas tecnologias, tendo a informação como parte de toda atividade humana; a importância das TICs no fortalecimento das redes; a flexibilidade e mutabilidade dos componentes das redes a partir da dinamicidade dos fluxos informacionais; e a crescente capacidade de convergência das TICs em sistemas altamente integrados.

### **4.3 Geolocalização, turismo e redes sociais**

A utilização de informações geoespaciais é de grande valia “[...] para o desenvolvimento da atividade turística, [...] possibilitando ao turista uma visão geral do espaço geográfico de interesse turístico, com informações que serão importantes para o planejamento das suas atividades [...]”, permitindo aos turistas se posicionarem em seus roteiros e planejarem suas atividades (FERNANDES; MENEZES; SILVA, 2008, p. 1).

De acordo com Oliveira (2005, p. 34), quando é realizado o diagnóstico do “potencial de determinado lugar para tornar-se um atrativo turístico ou quando é feita a escolha de lugares potenciais para a instalação de um empreendimento turístico [...], a cartografia responde pela elaboração de mapas básicos”.

Os trabalhos publicados que fazem referência ao tema Geografia e Turismo, Cartografia e Turismo, Geoprocessamento e Turismo e temas afins, são em grande parte relacionados à cartografia turística, como os trabalhos de Fernandes, Menezes e Silva (2008), Fiori (2007), Guimarães (2012), Oliveira (2005), Rossato (2004), Sakitani (2006) e Silva (2007), dentre outros, em que o propósito é de caracterização de determinado local frente aos seus atrativos turísticos já conhecidos e com aproveitamento turístico já diagnosticado.

Fernandes, Menezes e Silva (2008), Fiori (2007) e Sakitani (2006), trabalham na elaboração de uma proposta de cartografia do turismo, analisando os trabalhos já realizados e as formas de representação do turismo em mapas, dando destaque também para a importância da interatividade dos produtos cartográficos para com o usuário turista.

Rossato (2004), por sua vez, traz em seu trabalho o mapeamento das potencialidades turísticas, com a localização dos atrativos e os equipamentos e serviços de apoio às atividades do setor no município de Pinhal Grande (RS), construindo um banco de dados para dar suporte ao planejamento das atividades turísticas no município.

A pesquisa de Oliveira (2005) vai além da cartografia turística para a representação dos atrativos, mas envolve também o tema desde a etapa de planejamento das atividades do turismo, utilizando tal ferramenta nas etapas de diagnóstico, de implementação e de avaliação de uma atividade turística.

O geoprocessamento aparece como centralidade em vários trabalhos, como na pesquisa realizada por Silva (2007), que desenvolveu uma aplicação SIG-WEB representando a potencialidade turística em João Pessoa (PB). Neste trabalho cabe destaque à interatividade proporcionada pela aplicação SIG-WEB, onde o usuário tem acesso às informações turísticas através do acesso a internet.

Guimarães (2012), por sua vez, utilizou o geoprocessamento como ferramenta de diagnóstico do potencial turístico no município de Monte Alegre de Minas (MG), através do cruzamento de informações espaciais. A metodologia envolveu o levantamento de bases cartográficas e elaboração de mapas básicos, a criação de um banco de dados espacial com as informações necessárias à mensuração do potencial turístico, o mapeamento dos locais cujo potencial foi identificado, a mensuração deste potencial através da álgebra de mapas e a elaboração do mapa turístico pictórico para a área de estudo. O resultado alcançado proporcionou a identificação de vários pontos com potencial para o aproveitamento e desenvolvimento de atividades turísticas, resultado este materializado com o Mapa Turístico de Monte Alegre de Minas (MG).

Barbosa (2003) contribui sobremaneira para o desenvolvimento de uma metodologia que sirva de subsídio para as questões de planejamento turístico. O estudo realizado engloba parte dos municípios de Capitólio, São João Batista do Glória e São José da Barra, na região do médio Rio Grande, no estado de Minas Gerais. A pesquisa buscou, através de técnicas de geoprocessamento, a definição de unidades de paisagem com valor para o ecoturismo e a sua representação através da cartografia temática.

O trabalho de Hornes (2006) traz um estudo de compartimentação da paisagem no município de Tibagi (PR), a fim de se obter o potencial ecológico e o reconhecimento das áreas com maior disponibilidade para o desenvolvimento do ecoturismo. A metodologia utilizada envolveu a análise de mapas geológico, geomorfológico, hidrológico, pedológico, topográfico e biogeográfico, além da utilização de ortofotos e cartas imagem.

Segundo Oliveira (2005, p. 36), a partir da utilização de mapas básicos, pode-se localizar os “possíveis atrativos turísticos e [...] relacioná-los com as características naturais ou socioeconômicas do lugar para avaliar o grau de sua potencialidade e detectar prováveis problemas a serem superados”.

[...] O SIG também realiza tarefas como consultar, recuperar, visualizar e plotar o conteúdo da base de dados georreferenciados. Este tipo de tecnologia representa uma maneira extremamente eficaz e acessível de apresentar informação, resultando em grandes benefícios para o desenvolvimento do turismo. Informação que seja de interesse turístico tais como monumentos, alojamento, locais de entretenimento, transportes, zonas de lazer, entre outros. É economicamente favorável disponibilizar ao público a localização destes municípios em escala, local, regional e até para o próprio País (ROSSATO, 2004, p. 5).

A valorização da cartografia aparece no trabalho de Silva (2006), que relata a importância da elaboração da documentação cartográfica como uma das tarefas mais importantes, uma vez que a partir destas bases de dados iniciais serão realizados os cruzamentos e integração de informações para a realização do diagnóstico e do prognóstico da área de pesquisa. A pesquisa de Silva (2006), traz um zoneamento turístico do município de Brotas, no estado de São Paulo, classificando as áreas de acordo com suas características naturais e a pressão antrópica diagnosticada através do cruzamento de produtos cartográficos. “A documentação cartográfica dá condições de observar, localizar e correlacionar padrões de distribuição, cujos componentes distribuídos no território permitirão a inferência, o detalhamento e a inter-relação dos temas até a classificação final” de cada área classificada como zona (SILVA, 2006, p. 263).

A utilização das ferramentas do geoprocessamento no turismo tem sua aplicabilidade ainda voltada quase exclusivamente para a caracterização ambiental, o mapeamento dos pontos turísticos e disponibilização de informações ao turista, o que é importante para o desenvolvimento do setor turístico, todavia a utilização de dados e informações geradas pelo próprio protagonista do turismo, o turista, ainda é realizada de maneira tímida nos estudos de avaliação do potencial turístico e na elaboração de produtos de cartografia turística.

Fernandes e Graça (2014) ao discutirem a potencialidade da cartografia turística, destacam o mercado promissor diante das soluções práticas para o setor, como os mapas turísticos na internet e os mapas interativos acessados por diversas plataformas digitais ao alcance do turista, entretanto, colocam como dificuldade a ser superada, as antigas concepções cartográficas, que valorizam a precisão e regras da cartografia, sem dar espaço para as inovações na maneira como as informações e produtos são apresentados ao turista. Nesta direção a Neogeografia pode trazer inovações a partir das possibilidades de representação cartográfica e no uso de sistemas de informação geográfica pelo usuário, pelo turista, ou pelo pesquisador, na medida em que coloca em primeiro plano a possibilidade de criação de mapas



pelas pessoas, valorizando a tecnologia e a aproximação com o usuário, deixando em segundo plano a preocupação do usuário com as antigas concepções cartográficas.

Neogeografia significa "nova geografia" e consiste em um conjunto de técnicas e ferramentas que estão fora do âmbito dos SIG tradicionais, Sistemas de Informação Geográfica. Onde historicamente um cartógrafo profissional pode usar ArcGIS, falar de projeções de Mercator versus Mollweide e resolver disputas de área de terra, um neogeógrafo usa uma API de mapeamento como o Google Maps, fala sobre GPX versus KML e geotags suas fotos para fazer um mapa de suas férias de verão. [...] a Neogeografia é sobre pessoas usando e criando seus próprios mapas, em seus próprios termos e combinando elementos de um conjunto de ferramentas existente. A neogeografia é sobre compartilhar informações de localização com amigos e visitantes, ajudando a moldar o contexto e transmitindo compreensão por meio do conhecimento do lugar (TURNER, 2006, tradução nossa).

Nunes (2013) diz que a Neogeografia envolve o uso de dados espaciais de maneira não profissional, por usuários não especialistas e em aplicações nem sempre de domínio geográfico, atribuindo sua popularização à incorporação do fator localização na sociedade da informação através das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) com a popularização de tecnologias baseadas em atributos espaciais. O autor chama a atenção para o debate entre acadêmicos e profissionais sobre a produção/uso de dados cartográficos, destacando que a Neogeografia contribui com a renovação da cartografia tradicional.

Rana e Joliveau (2009) reúnem críticas e propostas sobre a Neogeografia, destacando que, mesmo com a extensão indefinida do alcance da Neogeografia e de suas diferentes definições, alguns temas e palavras-chave são pontos em comum em sua concepção, como Web 2.0, informações geográficas voluntárias, redes sociais, API (Interface de Programação de Aplicação) de mapas de código aberto, crowdsourcing (produção coletiva) e outros.

Em um nível mais profundo e subconsciente, pensamos que a NeoGeografia é mais um resultado da integração cada vez mais próxima de nossas vidas com a tecnologia geocomputacional e da World Wide Web. O campo da NeoGeografia está agora um tanto caótico e várias linhas de frente passaram a definir seus debates. [...]. Uma coisa que definitivamente separa a pesquisa geográfica convencional e o trabalho da NeoGeografia é que a NeoGeografia vive e se espalha pela Internet e, portanto, tem um alcance muito mais profundo e rápido do que qualquer meio geográfico convencional. Estudantes e pesquisadores podem acessar facilmente uma ampla variedade de informações de acadêmicos e cidadãos simplesmente tendo um navegador da web e usando as palavras-chave apropriadas. [...]. Em essência, todos são neogeógrafos e a informação neogeográfica é para todos (RANA; JOLIVEAU, 2009, p. 79, p. 1 tradução nossa).

López (2015) ao estudar o tema da Geolocalização Social faz uma revisão de novos conceitos na Geografia a partir da difusão da internet e dos dispositivos móveis, que permitem que as pessoas em geral, compartilhem através das redes sociais, suas informações de

localização e do lugar onde estão. O autor ainda diferencia as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) das Tecnologias de Informação Geográfica (TIGs), inserindo-as como ferramentas complementares para o planejamento territorial.

A partir das leituras colocadas sobre a utilização das TICs nas pesquisas da Geografia, dos novos conceitos adotados, da popularização do acesso às tecnologias baseadas em atributos espaciais e geográficos a partir do que os autores aqui referenciados abordaram como sendo a Neogeografia, a proposta de avaliação da atividade turística para a área de pesquisa, a partir e especialmente, através das redes sociais, exige a realização de leituras e busca de referenciais de suporte ao procedimento metodológico utilizado.

Ramires (2017) traz algumas reflexões sobre a pesquisa qualitativa dos espaços virtuais, destacando no campo da Geografia as mudanças nas relações mediadas pelas novas tecnologias da informação e comunicação. Ramires (2017, p. 41) diz que “[...] as pesquisas sobre a rede mundial de computadores são relativamente recentes e tendem a transpor os conceitos, as metodologias, os procedimentos e os instrumentos utilizados nas análises dos ambientes off-line para o on-line, com ajustes e adaptações”.

Encontra-se em desenvolvimento uma gama de possibilidades e contribuições de uma geografia do ciberespaço, com o aproveitamento das ideias de autores clássicos da contemporaneidade que não necessariamente focaram suas análises exclusivamente nas novas tecnologias digitais, mas já vislumbravam mudanças radicais na nossa sociedade em função das novas tecnologias. Assim sendo, releituras dessas obras se fazem necessárias.

Ainda são poucos os estudos sobre Internet, sociedade e espaço, feito por geógrafos brasileiros, sendo necessário resgatar a literatura internacional, que já conta com números mais significativos de artigos e livros sobre a temática.

Pelas discussões levantadas ao longo deste artigo, ficou patente que o estudo do espaço virtual não pode ser desconectado dos espaços concretos, em um movimento dialético de apreensão, análise e interpretação possível de ser realizado de forma consistente pela geografia. Os mundos *on-line* e *off-line* não são realidades separadas, e podem ser considerados um *continuum* de uma mesma realidade socioespacial (RAMIRES, 2017, p. 52).

As TICs, conforme discutem Barbosa (2011), López (2017) e Urano, Siqueira e Nóbrega (2016), além do fortalecimento da categoria a partir das redes de experiências entre os representantes do setor, também se destacam como importantes ferramentas de marketing, seja pela troca de informações e experiências, pela interatividade entre turistas e os atores vinculados à atividade turística: agências de turismo, hotéis, restaurantes, destinos turísticos, companhias de transporte, dentre outros, dinamizando e facilitando a comunicação com os usuários, que por sua vez, ao compartilharem suas experiências, retroalimentam as redes de informação, permitindo a avaliação dos destinos turísticos e dos serviços prestados.

López (2017) ao estudar o papel das TICs a partir da rede de internet nos municípios do interior da Espanha, na região de Valencia, concluiu que a conectividade dos municípios turísticos do interior apresenta um diferencial competitivo na concorrência com os municípios turísticos “globais”, assim determinados pelo mercado, todavia, a falta de conectividade pode representar o fracasso no desenvolvimento dos municípios turísticos em regiões do interior do país.

Chua e outros (2016) analisam dados de mídia social com geotag do Twitter para caracterizar os fluxos turísticos na região sul da Itália, demonstrando o potencial de utilização da metodologia aplicada. Oliveira (2013) discute a possibilidade de utilização de dados geográficos associados a postagens de redes sociais como Picasa, Flickr, Panoramio, Facebook, Google+, Instagram, Twitter, Foursquare e outras, para o registro das referências emocionais geográficas.

Avançando sobre o potencial de utilização de dados geográficos associados às postagens nas redes sociais, no que diz respeito às técnicas utilizadas para assimilação e uso das informações de interesse, Kim e outros (2019), ao estudarem os padrões espaciais de visitaçoão no turismo de natureza em áreas protegidas, utilizaram dez anos de dados geotag associados às postagens na rede social Flickr, para revelar o impacto espacial em pontos de elevada frequência de visitaçoão, fornecendo dados importantes para gerenciamento de áreas protegidas.

Orsi e Geneletti (2013) utilizaram fotografias georreferenciadas da rede social Panoramio e do software Google Earth, obtidas entre os anos 2000 e 2011 para a região do Patrimônio Mundial da UNESCO Dolomitas, na Itália, com o objetivo de estimar o fluxo de visitantes que utilizaram a rede de trilhas localizada na área, resultando na identificação de uma correlação entre o fluxo estimado pela metodologia utilizada e o fluxo real de visitantes para a área de estudo.

García-Palomares, Gutiérrez e Mínguez (2015) realizaram uma análise comparativa da visitaçoão de pontos turísticos em metrópoles europeias através de serviços de compartilhamento de fotos georreferenciadas. Os autores tiveram como fonte de dados as fotografias do site Panoramio e demonstraram através da construção de mapas de densidade, as principais áreas de atração dos turistas nas cidades objeto do estudo, gerando resultados que podem ser uteis para planejadores, para as empresas de turismo e para o turista em si.

Li e outros (2021) realizaram uma pesquisa de revisão de trabalhos acadêmicos sobre a previsão do turismo com dados da internet, avaliando as pesquisas em que foram utilizados dados de mecanismo de busca, tráfego da web, mídia social e de múltiplas fontes, demonstrando que os dados dos mecanismos de busca são os mais utilizados no planejamento turístico pelas

empresas do setor. Os autores ainda destacaram que para as análises através de mídias sociais, foram observadas as seguintes metodologias: técnicas de aprendizado de máquina para análise de fotografias, uso de fotos georreferenciadas para estimar fluxos turísticos e ainda a análise multicritério utilizando fotografias e palavras chave. Os resultados mostram que, dentre estas classificações, os dados dos mecanismos de busca são os mais amplamente incorporados à previsão do turismo.

Toivonen e outros (2019) se debruçaram sobre as redes sociais, analisando a disponibilidade, a qualidade e o método de análise utilizado na obtenção dos dados de mídia social para uso na conservação da biodiversidade. Os autores utilizaram sites de redes sociais, que suportam conteúdo textual e fotos georreferenciadas (geotag), como Facebook, Twitter, Instagram, Panoramio, Flickr, Weibo e outras, demonstrando os desafios na mineração de dados, como a limitação de acesso aos dados e a qualidade de dados, sugerindo a colaboração direta entre pesquisadores e as empresas de mídia social.

As Tecnologias da Informação e Comunicação discutidas em sentido amplo e teórico pelos autores aqui referenciados e por último, o uso de dados das mídias de redes sociais no âmbito da pesquisa das atividades turísticas, demonstraram inúmeras possibilidades de aplicação para o planejamento turístico, todavia o uso recente e os diferentes métodos de obtenção de dados, também demonstraram as dificuldades e fragilidades no processo de mineração dos dados, representando a necessidade de evolução no processo de pesquisa e investigação. Neste sentido, o referencial teórico apresentado, além de discorrer sobre os conceitos base e situar a pesquisa no âmbito da Ciência Geográfica, também cumpre o papel de direcionar os procedimentos metodológicos executados para a obtenção dos dados necessários, subsidiando a avaliação do potencial turístico para a área de pesquisa.





Fonte: Abreu (2023).

Ver: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-trekking/cachoeira-do-abade-cachoeira-do-sossego-cachoeira-do-landi-cachoeira-do-canyon-aquario-mirantes-pir-99860934/photo-65270522>

## 5 INVESTIGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS E O TURISMO EM NATUREZA

O referencial teórico apresentado, discorreu sobre o universo de estudos e possibilidades de aplicação de técnicas para a extração de dados geolocalizados na rede mundial de computadores, especialmente nas redes sociais, a partir de um reduzido número de trabalhos que descreviam os processos metodológicos de coleta deste tipo de dado espacial em contexto online, com destaque para os trabalhos de Chua e outros (2016) que utilizaram publicações da rede social Twitter; Oliveira (2013) discutindo o uso de várias redes sociais Picasa, Flickr, Panoramio, Facebook, Google+, Instagram, Twitter e Foursquare; Kim e outros (2019) que analisaram as postagens da rede social de compartilhamento de fotografias Flickr; Orsi e Geneletti (2013) que utilizaram registros fotográficos da rede social Panoramio e do software Google Earth; García-Palomares, Gutiérrez e Mínguez (2015) que utilizaram como dados empíricos apenas as fotografias do site Panoramio; Li e outros (2021) que realizaram uma pesquisa de revisão dos métodos de extração de dados em redes sociais, como o aprendizado de máquina (machine learning) para análise de fotografias, uso de fotos georreferenciadas para estimar fluxos turísticos e a análise multicritério com fotografias e palavras chave; e Toivonen e outros (2019) que se debruçaram sobre a comparação entre redes sociais, analisando a disponibilidade, a qualidade e o método para obtenção dos dados dos dados espaciais.

A diversidade de fontes e técnicas de extração de informações de redes sociais, impõe ao pesquisador a realização de filtros de seleção, pois considerando o objeto de análise definido a partir das mídias com dados de geolocalização associados (geotags), temos: (I) a avaliação das redes sociais popularmente utilizadas no Brasil; (II) a redução do universo de análise para as redes sociais que permitam a publicação/postagem de fotografias com a associação da informação de geolocalização (geotag); e (III) a disponibilidade e publicidade de dados nas redes sociais. Neste sentido, a metodologia de investigação adotada deve atender aos critérios acima descritos para alcance dos objetivos propostos.

### 5.1 Tecnologias da informação e comunicação, redes sociais e o turismo

O avanço no uso das Tecnologias da Informação e Comunicação é uma das estratégias colocadas no Plano Nacional de Turismo para o fortalecimento do processo de regionalização do turismo no país, por sua capacidade de dinamizar a comunicação entre turistas e os atores vinculados à atividade turística, através da internet e de suas interfaces com o usuário, como os sites, as redes sociais, os aplicativos em smartphones, etc.

A tecnologia transforma a maneira das pessoas interagirem com o mundo e a internet é o meio dinamizador e articulador da interação virtual. [...] A difusão e popularização de sites de relacionamento ou redes sociais, como Orkut, Facebook e Twitter, Tagged, [Instagram] dentre outras dinamizam as relações entre pessoas que, embora fisicamente distantes, comunicam-se virtualmente, se conhecendo, interagindo, compartilhando informações e experiências, além de constituir estilo diferente de articulação entre pessoas: a comunidade virtual (BARBOSA, 2011, p. 85).

Souza e Machado (2017) ao pesquisarem o uso e influência das mídias sociais (em um contexto geral) no planejamento de viagens, demonstraram, via pesquisa direta com usuários, o uso frequente das mídias sociais em todas as fases das viagens, sendo essas mídias sociais consideradas as fontes de informação mais confiáveis, atrás somente dos sites oficiais de turismo e das indicações de parentes e amigos.

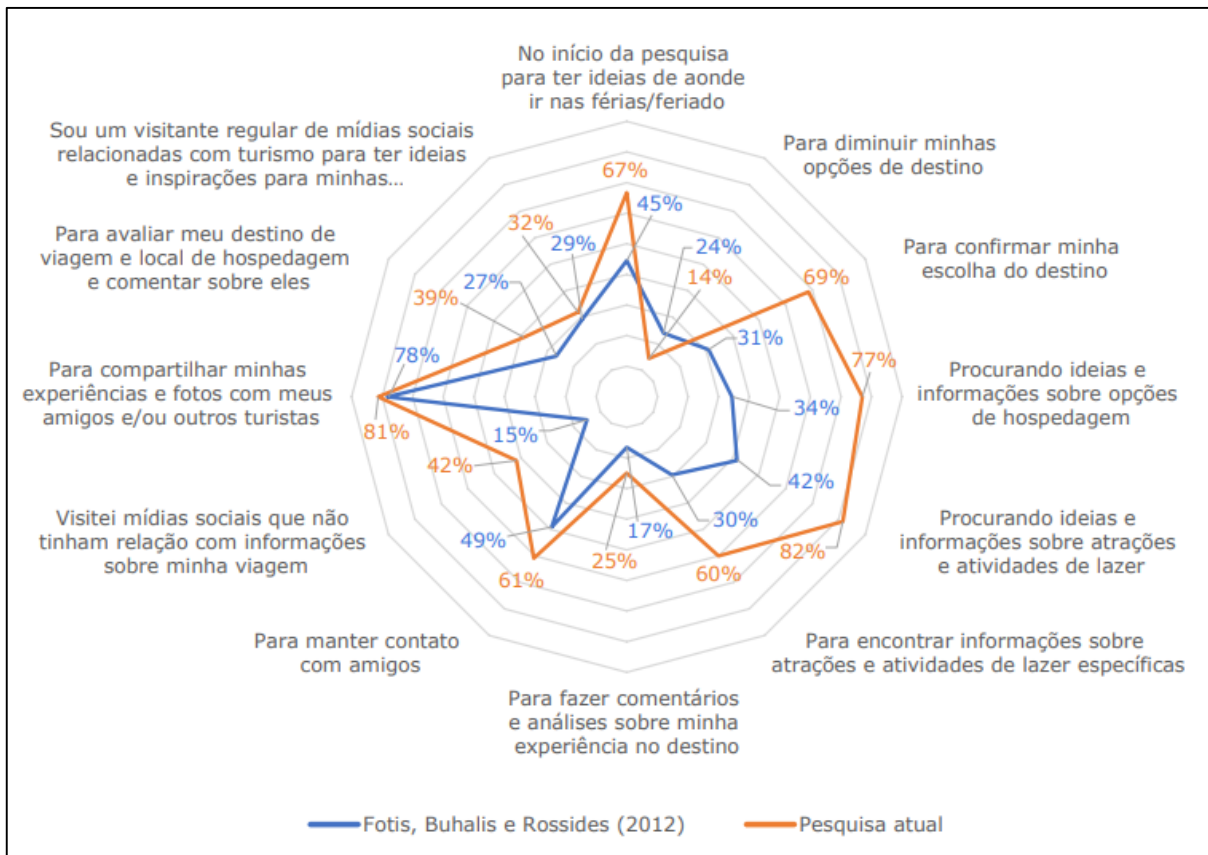
A análise estatística deste estudo constatou ampla utilização de diferentes mídias sociais em todas as fases do planejamento de viagens, com predominância do pré-viagem, além do compartilhamento de informações e fotos no retorno. A confiabilidade das informações disponíveis em mídias sociais mostrou-se positiva e seu poder de influência no planejamento foi reconhecido pela maior parte dos entrevistados (SOUZA; MACHADO, 2017, p. 269).

Ao tratar especificamente sobre o uso das mídias sociais durante as várias etapas da viagem, Souza e Machado (2017) compararam os resultados alcançados em sua pesquisa, utilizando a mesma metodologia aplicada no ano de 2012, por Fotis, Buhalis e Rossides (2012), que apresentaram um estudo entre viajantes de férias, residentes nas antigas repúblicas da União Soviética, com uma visão abrangente do papel e do impacto das mídias sociais em todo o processo de planejamento de viagens de férias: antes, durante e depois da viagem.

O resultado alcançado em 2017, pela pesquisa de Souza e Machado (2017), conforme gráfico 8, demonstrou comportamentos semelhantes nas duas pesquisas realizadas, mesmo em épocas e localidades diferentes, tendo como um dos principais usos em comum, o compartilhamento de experiências e fotos com amigos e outros turistas após as viagens e especificamente no estudo brasileiro, o uso antes da viagem para encontrar informações sobre atrações e atividades de lazer específicas.



Gráfico 8 - Comparativo do uso das mídias sociais nas etapas de uma viagem



Fonte: Fotis, Buhalis e Rossides (2012), adaptado por Souza e Machado (2017, p. 267).

Pereira (2020), realizou uma análise comparativa, através de estudos do Ministério do Turismo publicados nos anos de 2009 e 2019, sobre as principais fontes de informação utilizadas pela população no processo de decisão sobre destinos turísticos, com os resultados alcançados apresentados na figura 6. Os resultados demonstraram que no ano de 2009 a principal fonte de informação do turista para realizar uma viagem, era em primeiro lugar os parentes e amigos, seguido, pelas fontes disponíveis na internet e com uma distância considerável ainda foram citadas outras fontes como as agências de turismo, revistas e guias turísticos, artigos em jornais e as propagandas em televisão. Dez anos depois, no ano de 2019, a internet ocupava a primeira colocação, com 55,7% das respostas, sendo a principal fonte de informação para a realização de viagem, seguida, com uma distância considerável, por amigos e parentes, viagens corporativas e agências de viagens (PEREIRA, 2020).



Figura 6 - Fontes de informação do Turista nos anos de 2009 e 2019



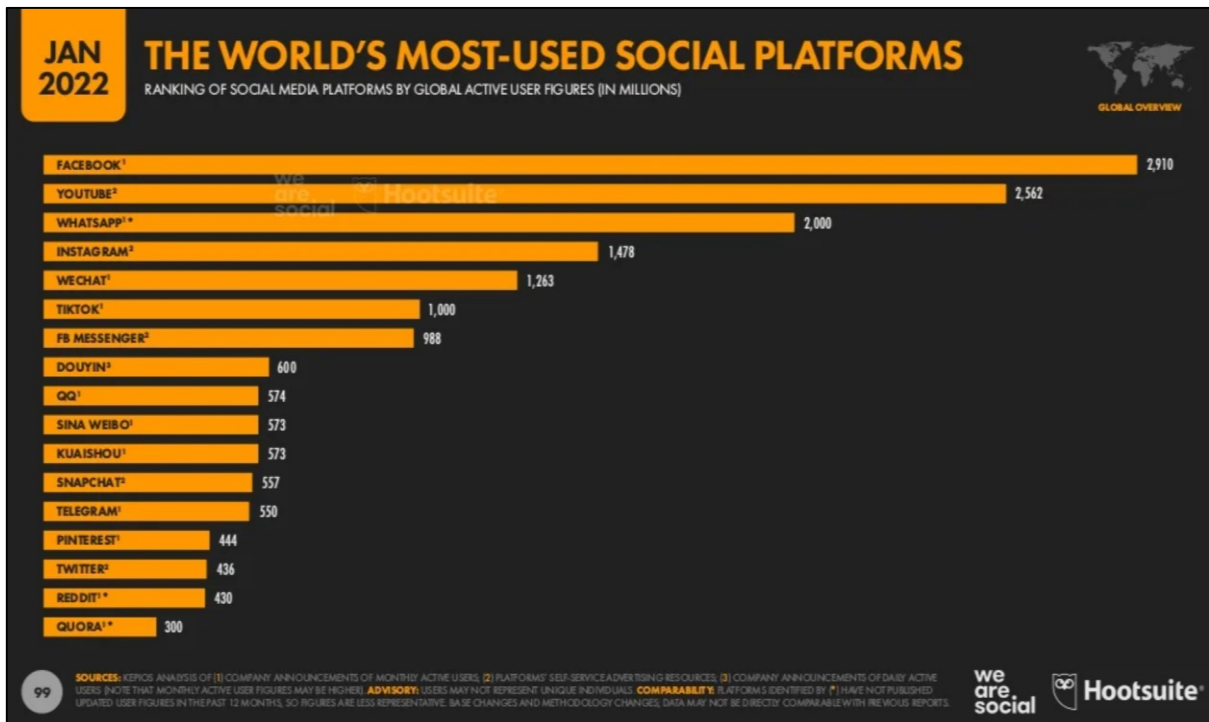
Fonte: (BRASIL, 2009, 2019 apud PEREIRA, 2020, p. 34-35), adaptado pelo autor (2023).

Pereira (2020) ao pesquisar o papel das mídias sociais na promoção dos destinos turísticos brasileiros, a partir de publicações no Instagram realizadas pelo Ministério do Turismo e pela Embratur, destacou a relevância do uso das redes sociais, especialmente o Instagram, na divulgação de imagens e na promoção dos destinos turísticos, através das postagens realizadas pelas contas oficiais das duas instituições.

As redes sociais transformaram a forma como as pessoas se comunicam e se popularizaram vertiginosamente nos últimos dez anos, crescendo em média 12% anualmente, saindo de 1,48 bilhão de usuários em 2012 e chegando em 4,62 bilhões em 2022, conforme dados do Relatório de Visão Geral Global Digital 2022 da Agência We Are Social (KEMP, 2022b), o que representa cerca de 58,4% da população mundial atualmente conectada a uma rede social.

Globalmente, conforme figura 7, o Facebook é a rede social que possui maior quantidade de usuários, chegando no ano de 2022 a 2,9 bilhões de usuários, seguido pelo Youtube com 2,5 bilhões de usuários, WhatsApp com 2,0 bilhões de usuários, o Instagram com 1,4 bilhões de usuários, o WeChat com 1,26 bilhões de usuários e o TikTok com 1,0 bilhão, seguidos por outras redes sociais.

Figura 7 - As redes sociais com maior número de usuários no mundo - 2022



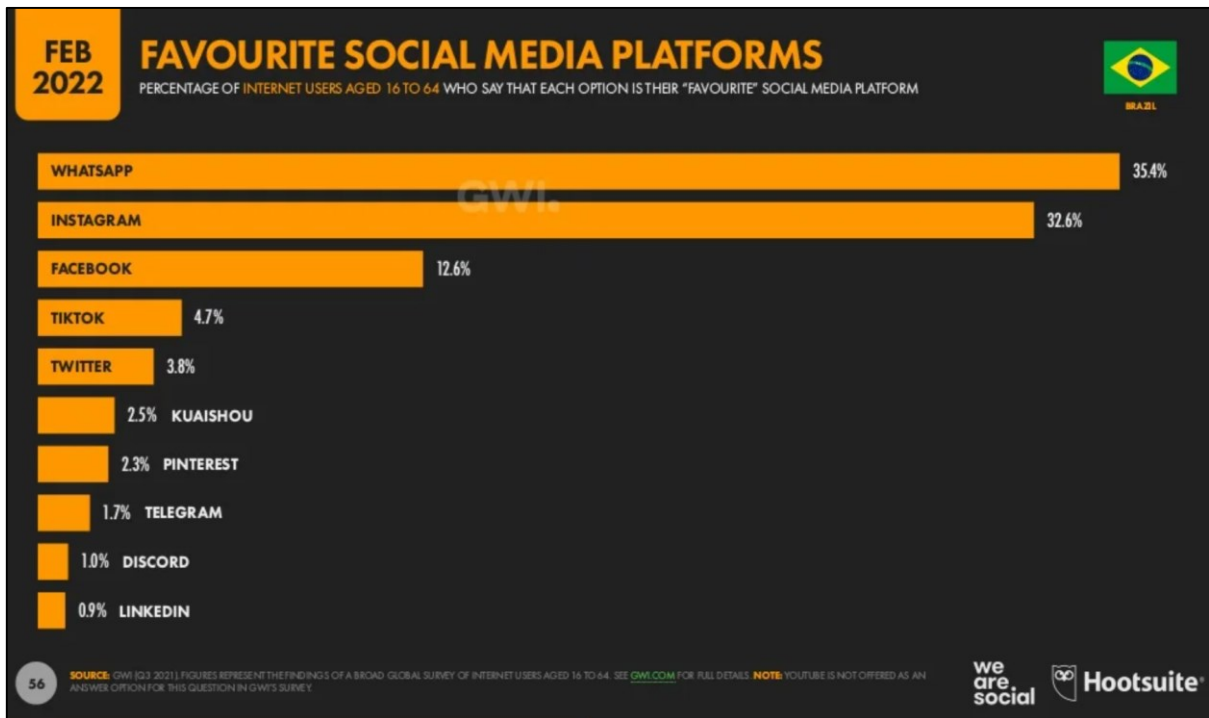
Fonte: Kemp (2022b).

No Brasil, o Relatório de Visão Global Digital 2022, aponta que 171,5 milhões de pessoas estão conectadas a alguma rede social, representando quase 80,0% da população. Dentre as redes sociais mais utilizadas, o Facebook demonstrou um potencial de alcance de seus anúncios para 116,0 milhões de pessoas, já a rede social Instagram, apresentou um potencial de alcance de 119,5 milhões de pessoas em 2022 (KEMP, 2022b).

O Relatório de Visão Global Digital 2022, ao analisar a preferência de uso das plataformas de redes sociais pela população brasileira, especificamente os usuários de internet com idade entre 16 e 64 anos, conforme figura 8, chegou ao resultado de que as redes de maior preferência de uso são: WhatsApp com 35,4% da preferência, seguindo pelo Instagram com 32,6% de preferência e o Facebook com 12,6% da preferência entre o público total analisado (KEMP, 2022b).

Dentre as redes sociais mais utilizadas, destacamos a funcionalidade das redes Instagram e Facebook para a realização de publicações de fotos e vídeos gratuitamente, de maneira pública ou privativa, a depender do usuário, possibilitando a exploração e análise das mídias publicadas, conforme proposta desta pesquisa.

Figura 8 - Redes sociais favoritas no Brasil - 2022



Fonte: Kemp (2022a).

Analisando a diversidade e possibilidades de publicações em ambas as redes sociais destacadas, é através do Instagram que necessariamente as postagens devem estar associadas com qualquer tipo de mídia para ser efetivada, seja uma fotografia ou um vídeo, apresentando maior sinergia com o universo e objeto de análise da pesquisa.

O Instagram é uma plataforma que foi fundada em outubro de 2010 pelos engenheiros de softwares, Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger e, rapidamente, se tornou um aplicativo promissor entre as mídias sociais. O Instagram foi uma das primeiras mídias sociais desenvolvida para o uso exclusivo em aparelhos móveis e, devido aos seus recursos e a facilidade de compartilhar fotos e vídeos, se popularizou rapidamente (PEREIRA, 2020, p. 48).

Desde sua criação no ano de 2010 e de sua aquisição pelo Facebook no ano de 2011, o Instagram tem se diferenciado de outras redes sociais, especialmente por oferecer recursos técnicos sofisticados nas fotografias postadas e ainda pelo alcance como ferramenta de marketing, que permite a aplicação de filtros e consultas por público-alvo, a partir de idade, gênero, localidade, dentre outras possibilidades, se mostrando uma eficiente ferramenta de captação de clientes. Ainda, por ser um aplicativo gratuito, de fácil acesso e disponível em qualquer lugar do mundo com acesso a internet, o Instagram tem alcançado bilhões de usuários em todo o planeta (PEREIRA, 2020).

[...] o Instagram configura-se como uma forte mídia social para alcançar os imaginários. Faz com que os indivíduos se sintam próximos uns dos outros mesmo que muito distantes e permitem que as pessoas sejam atraídas, consumam marcas, notícias, entre outros, por meio de imagens. Desta forma, quando usada de forma planejada e direcionada, o Instagram se transforma em uma plataforma expressiva no marketing, principalmente na promoção de destino turísticos, considerando aqui sua intangibilidade.

O elemento principal do Instagram são as imagens, o visual. Através desta mídia digital o usuário pode compartilhar vídeos e fotos, além de poder interagir através de curtidas, hashtags (#), mensagens em direct (mensagens enviadas diretamente entre usuários) e stories (fotos ou vídeos curtos que ficam disponíveis apenas por 24h para serem visualizados por outros usuários) (PEREIRA, 2020, p.51).

A partir do contexto apresentado dos dados quantitativos de usuários ativos das redes sociais no Brasil, destacando suas preferências de uso e ainda, considerando a metodologia proposta de análise de mídias a partir de sua informação espacial, optou-se, pela viabilidade de uso das postagens realizadas na rede social Instagram, a partir de filtros e recortes específicos, de maneira a permitir a análise proposta. Definida a rede social Instagram como objeto de análise, foram realizadas pesquisas por perfis públicos, considerando a disponibilidade de fotografias postadas e ainda a consulta por perfis oficiais do Governo de Goiás, voltados à divulgação do potencial turístico do Estado. Considerando os filtros adotados, foi selecionado o perfil @goiasturismo, perfil oficial da Agência Estadual de Turismo do Estado de Goiás, responsável por promover os destinos turísticos de Goiás.

O perfil @goiasturismo, apresentado na figura 9, representou, portanto, o universo amostral desta pesquisa, com as seguintes informações:

- a) Rede Social: Instagram;
- b) Perfil: @goiasturismo (Perfil da Agência Estadual de Turismo do Estado);
- c) Quantidade de seguidores: 57 mil seguidores em 21/02/2022;
- d) Período de análise: entre 10/01/2014 e 21/02/2022;
- e) Universo amostral: 2.284 Publicações.

Figura 9 - Perfil oficial da @goiasturismo

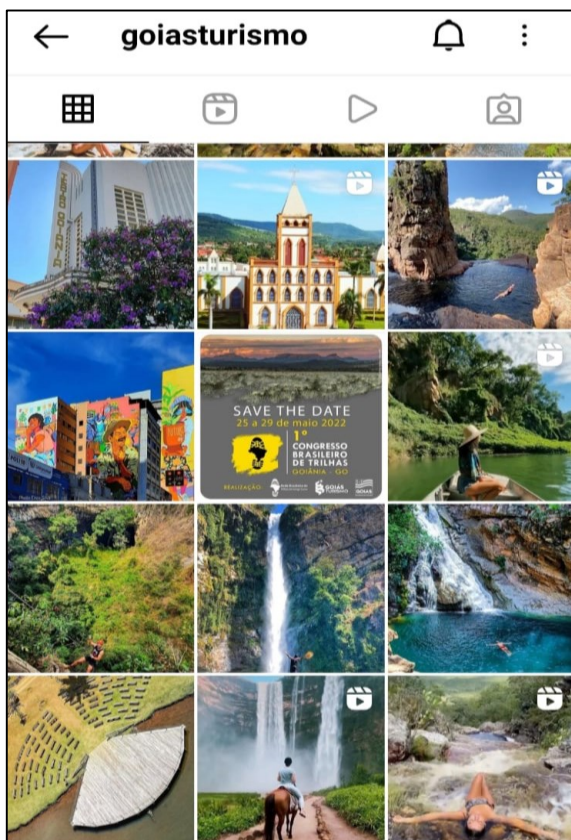


Fonte: Goiás (2022c).

Analisando o feed de publicações do perfil @goiasturismo, sem aplicação de filtros e recortes para as postagens de mídias relacionadas ao turismo em natureza, objeto de estudo da pesquisa, foi possível verificar, conforme representação nas figuras 10, 11, 12 e 13, a diversidade de conteúdo publicado no perfil do Instagram, representada pelas paisagens naturais, pelos eventos culturais, pelos prédios históricos, pelas festividades religiosas, pela paisagem urbana, pela divulgação de eventos temáticos e ainda pela interação dos turistas em suas atividades.

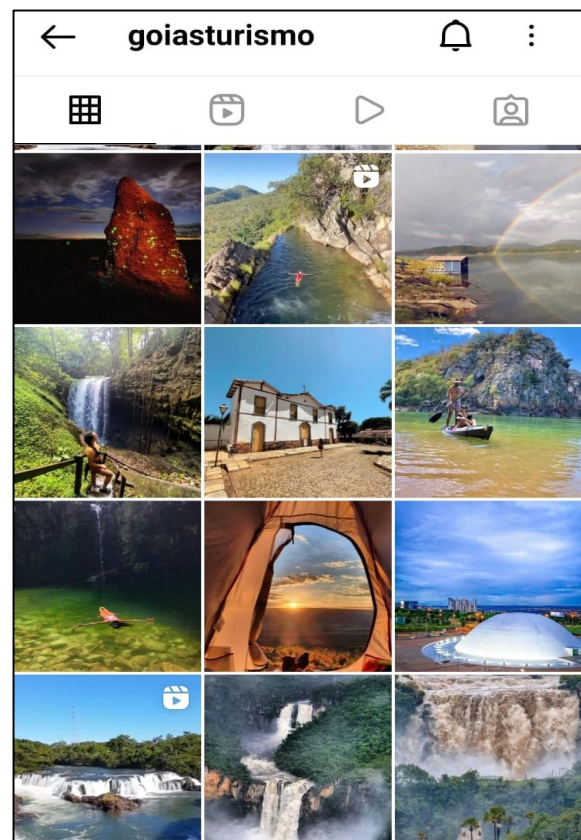
Mesmo com o uso exclusivo apenas do perfil da @goiasturismo na rede social Instagram, a análise do universo de publicações com 2.284 postagens seria demasiadamente demorada se realizada de forma manual, neste sentido, buscou-se ferramentas que possibilitassem a extração de dados de maneira automática, a partir de parâmetros pré-determinados.

Figura 10 - Feed do perfil @goiasturimo



Fonte: Goiás (2022c).

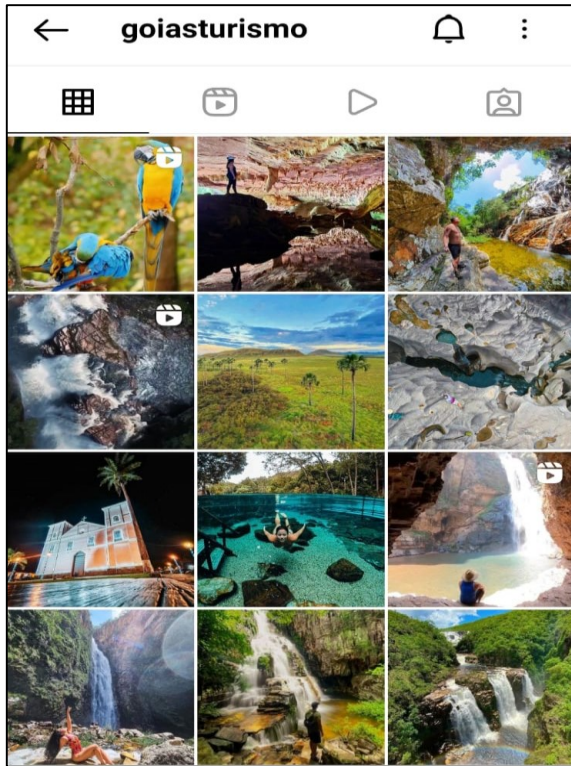
Figura 11 - Feed do perfil @goiasturimo



Fonte: Goiás (2022c).

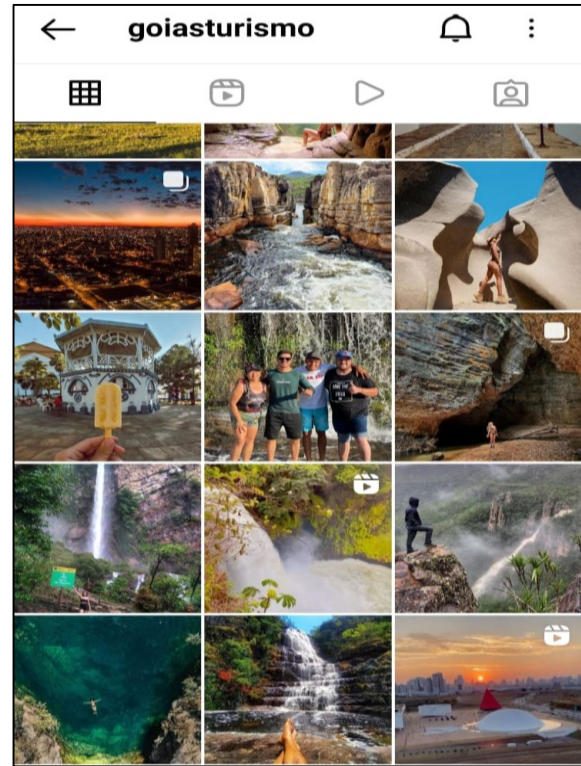


Figura 12 - Feed do perfil @goiasturismo



Fonte: Goiás (2022c).

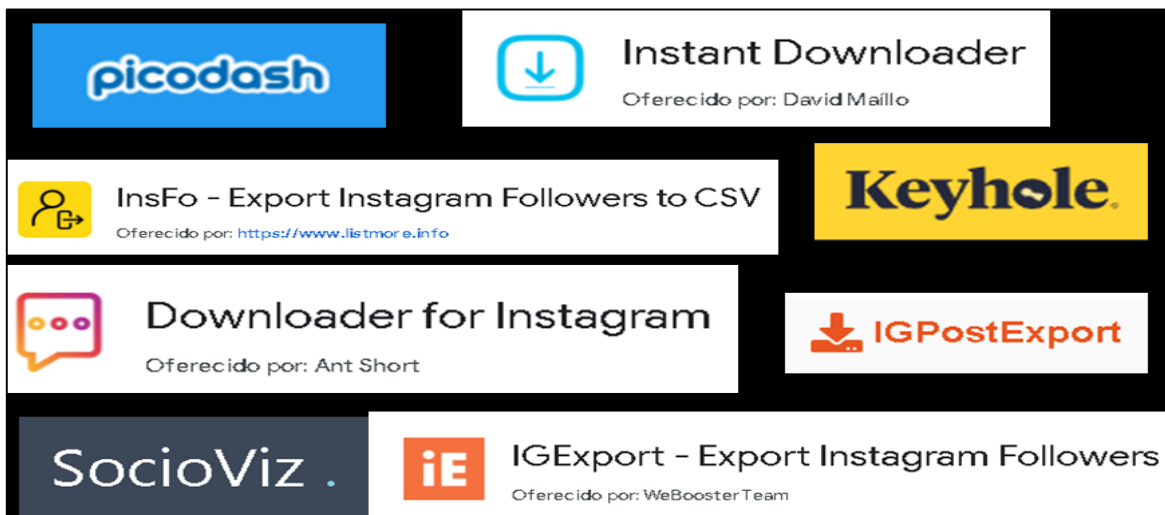
Figura 13 - Feed do perfil @goiasturismo



Fonte: Goiás (2022c).

No processo de pesquisa, diversas ferramentas e plataformas, representadas na figura 14, foram testadas de maneira gratuita, entretanto todas apresentaram limitações para a análise proposta, sendo as principais: redução no universo amostral às últimas cem postagens; redução do período de análise a apenas um dia; e impossibilidade de exportação dos dados minerados.

Figura 14 - Plataformas e softwares de mineração de dados em redes sociais



Fonte: Google (2022), adaptado pelo autor (2022).

Considerando as limitações encontradas nas plataformas utilizadas em suas versões gratuitas, buscou-se um aplicativo que apresentasse, em sua versão paga, melhor custo benefício e maior segurança frente aos resultados apresentados no processo de mineração de dados, momento em que se optou pela plataforma Picodash<sup>1</sup>.

O Picodash era chamado de Gramfeed, um pesquisador e visualizador do Instagram para desktop iniciado no início de 2011. [...]. O Picodash se concentrou em fornecer gerenciamento de mídia social e funcionalidade avançada de pesquisa do Instagram para ajudar jornalistas, pesquisadores, editores e marcas a selecionar e gerenciar o conteúdo do Instagram. Em abril de 2018, devido à depreciação das APIs do Instagram, o Picodash agora está focado em fornecer ferramentas, análises e serviços de marketing que ajudam você a encontrar influenciadores e público-alvo para aumentar a presença da sua marca no Instagram e aumentar a receita. [...]. (PICODASH, 2022, tradução nossa).

A partir do acesso pago à plataforma Picodash, foi solicitada a mineração dos dados de mídias publicadas no perfil do Instagram @goiasturismo, resultando na exportação de uma planilha em formato “.csv”, que apresentou as seguintes informações:

- a) media\_id – número de identificação da postagem;
- b) short\_url – abreviação do endereço (www) completo da postagem;
- c) date – data da publicação;
- d) date (GMT) – data e hora da publicação (Greenwich Mean Time);
- e) caption – Texto publicado junto à mídia;
- f) comments\_count – quantidade de comentários;
- g) likes\_count – quantidade de “curtidas”;
- h) image\_url – endereço (www) apenas da imagem da postagem;
- i) location\_name – nome de identificação do local da postagem;
- j) location\_url – endereço (www) com o local da postagem;
- k) lat – latitude do local de postagem;
- l) lng – longitude do local de postagem;

Os dados apresentados na planilha, resultantes do processo de mineração na rede social Instagram a partir do perfil @goiasturismo, se mostraram suficientes para a análise proposta pela pesquisa, todavia, se em um primeiro momento vislumbrava-se a realização da mineração de dados em redes sociais a partir de linguagens de programação, as dificuldades encontradas pelo caminho direcionaram o processo metodológico para o uso de plataformas automatizadas de mineração de dados.

---

<sup>1</sup> [www.picodash.com](http://www.picodash.com)

## 5.2 Espacialização do turismo em natureza em Goiás a partir da rede social Instagram

O processo de mineração de dados junto à plataforma Picodash resultou na obtenção de um universo amostral inicial de 2.284 publicações do perfil do Instagram @goiasturismo. A partir dos dados coletados, foram realizados, conforme figura 15, procedimentos para tratamento dos dados originais, com o objetivo de selecionar fotografias com geotags associadas, utilizando o software QGIS para espacialização das informações.

Figura 15 - Seleção e recorte das postagens do perfil @goiasturismo no Instagram



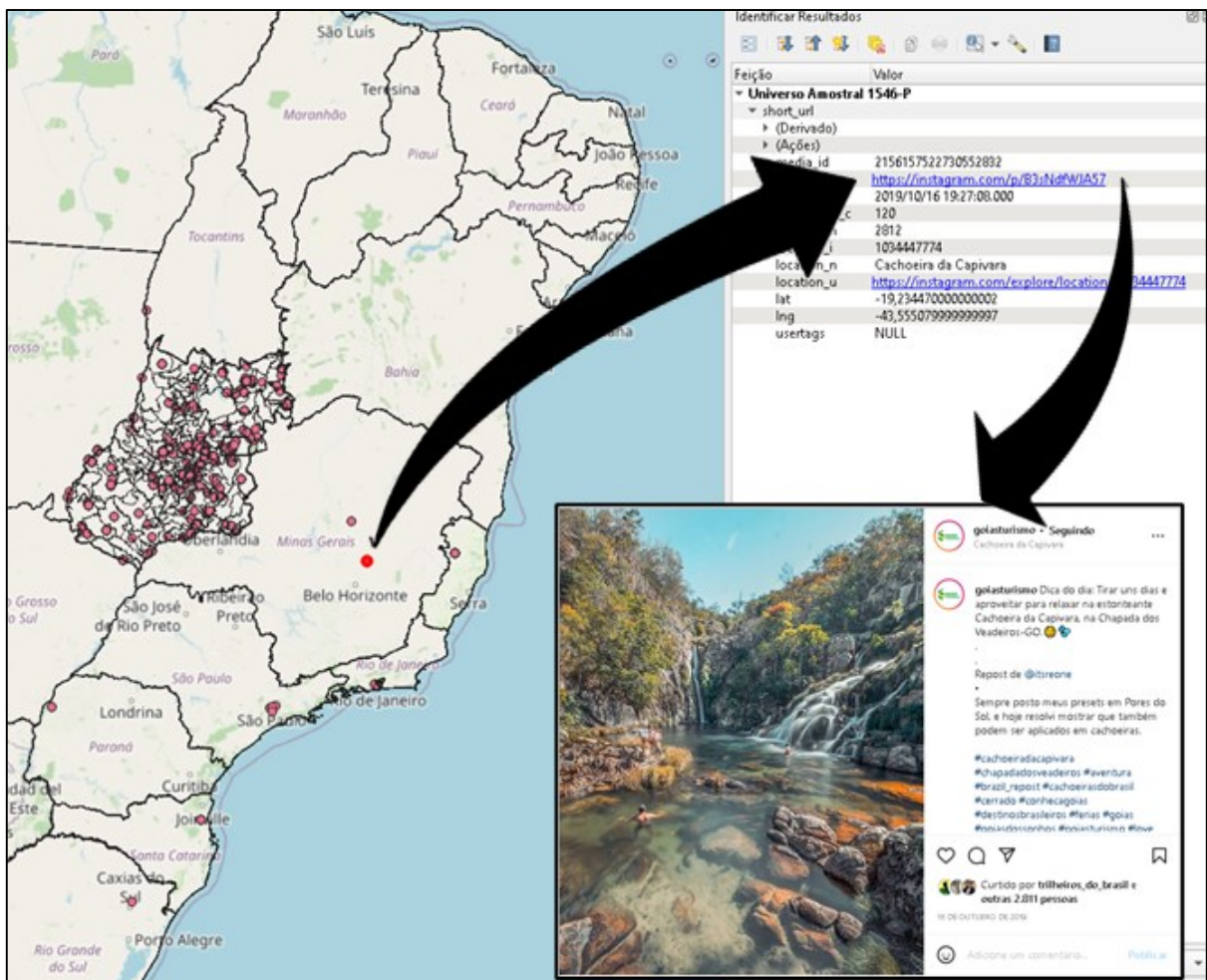
Fonte: Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).



A seleção exclusiva das postagens com informações espaciais de latitude e longitude para concretização do universo amostral de análise, revelou em um primeiro momento resultados interessantes, em que do universo inicial de 2.284 postagens, 1.546 publicações apresentaram informações espaciais com a geotag associada à mídia publicada, o que representa 67,7% das postagens.

Após a primeira seleção executada, foi realizada a importação dos dados em formato “.csv” para o software de geoprocessamento QGIS, de maneira que cada postagem representasse um ponto a partir da informação de latitude e longitude, conforme representação na figura 16.

Figura 16 - Universo amostral e espacialização de postagens de no Instagram



Fonte: Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).

Este processo de importação também trouxe resultados importantes, uma vez que, do universo amostral, agora com 1.546 postagens com geotag associadas, 1.417 estão inseridas no estado de Goiás, representando 91,7% das postagens com geotag, ao contrário, 129 postagens,

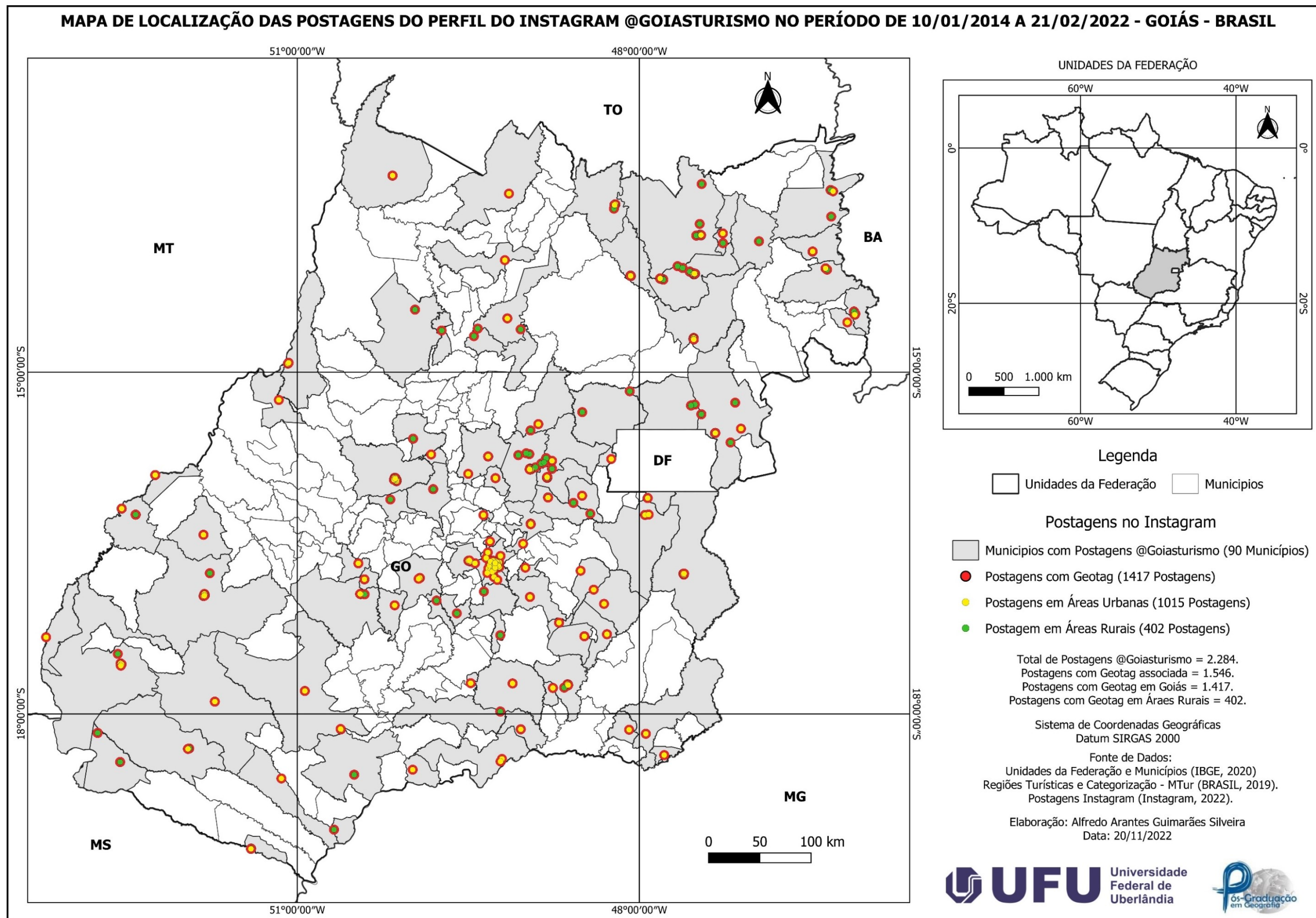
representando 8,3% das publicações geotag associada, estão inseridas fora do estado de Goiás, portanto fora da área de estudo. Para as postagens localizadas fora do estado de Goiás, inferimos, por análise da visualização das publicações, que podem ter ocorrido os seguintes “erros” no processo de postagens das mídias:

- a) postagem da publicação em momento posterior à visita, já no local de residência do turista, com uso equivocado da geotag;
- b) repostagem realizada pelo perfil @goiasturismo de publicações em que foi “marcado” utilizando a localização do profissional que executou a repostagem e não do local da postagem;
- c) baixa recepção ou falha no GPS do aparelho smartphone durante a postagem original.

O recorte espacial das postagens para os pontos inseridos no estado de Goiás resultou no universo amostral de 1.417 postagens, que passaram por novo recorte com o objetivo de “excluir” todos os pontos localizados em áreas urbanizadas, uma vez que o objeto de análise são as postagens que representam as atividades voltadas ao turismo em natureza, realizadas em áreas não urbanas.

O procedimento foi realizado no software QGIS tendo como referência a base cartográfica disponibilizada pelo Sistema Estadual de Geoinformação (SIEG) do Estado de Goiás a partir separação dos pontos inseridos ou não em áreas urbanas, resultando na divisão do universo amostral de 1.417 postagens com geotag, conforme representação cartográfica no mapa 1, em que 1.015 postagens (71,6%) estão inseridas em áreas urbanas (pontos amarelos) e 402 postagens (28,4%) estão inseridas em áreas não urbanas (pontos verdes), potencialmente em áreas de realização de atividades ligadas ao turismo em natureza.

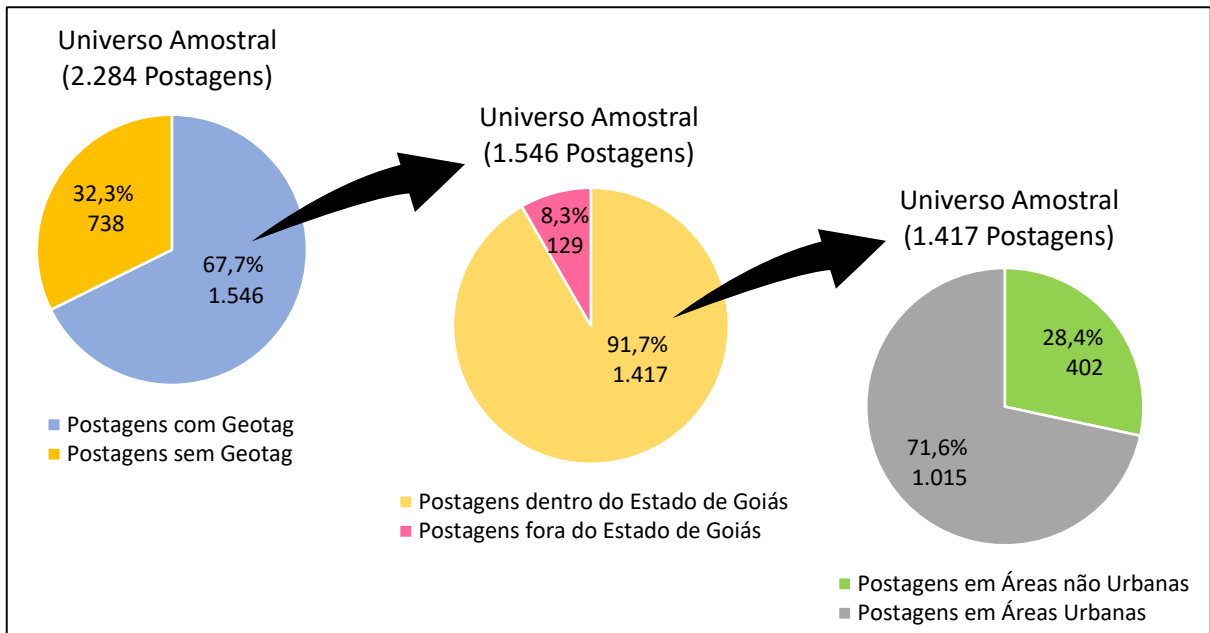
Mapa 1 - Mapa de localização das postagens do perfil do Instagram @goiaturismo no período de 10/01/2014 a 21/02/2022 no estado de Goiás - Brasil



Fonte: Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).

Considerando os resultados alcançados em cada uma das etapas de filtragem das postagens coletadas, conforme gráfico 9, reduzimos um universo amostral inicial com 2.284 postagens, passando a 1.546 postagens com condição de aproveitamento pela presença de geotag, reduzindo ainda para um universo de 1.417 postagens que estavam inseridas no estado de Goiás, e por fim, a redução para 402 postagens que foram realizadas em áreas não urbanas, potenciais para as práticas do turismo em natureza.

Gráfico 9 - Comparativo do universo amostral para cada etapa de seleção de dados

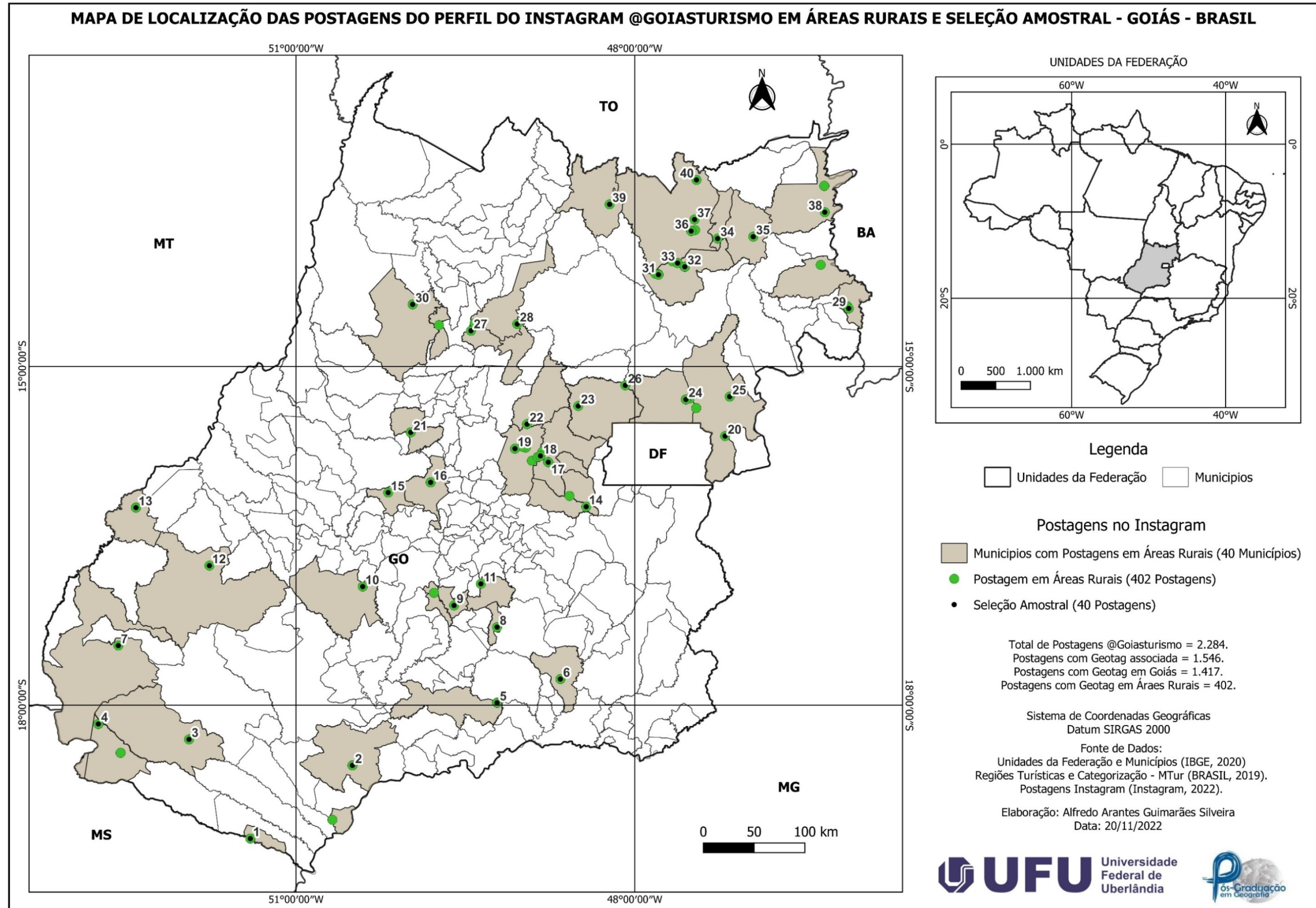


Fonte: Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).

O último recorte do universo de dados, que resultou na seleção de 402 postagens localizadas em áreas não urbanas, passou ainda por uma análise amostral das postagens, com a seleção de 40 postagens, representando 10% do universo de dados, distribuídas por todo o estado de Goiás, para as quais procedeu-se a certificação de que a postagem, de fato: (I) tinha sinergia com a temática do turismo em natureza ou não; e (II) se representava ou não o ponto geolocalizado. A amostra de 40 postagens selecionadas está representada no mapa 2, com os pontos destacados em preto, frente ao universo amostral das postagens em áreas não urbanas representadas pelos pontos em verde.



Mapa 2 - Mapa de localização das postagens do perfil do Instagram @goiaturismo em áreas rurais e seleção amostral - Goiás - Brasil



Fonte: Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).



A seleção espacial aleatória das 40 postagens, representando 10% das publicações realizadas, após tratamento dos dados e recorte espacial para o estado de Goiás em áreas não urbanas, foi sucedida de análise individual da postagem através do link da publicação no Instagram, resultando na avaliação das postagens apresentadas nas figuras 17 e 18.

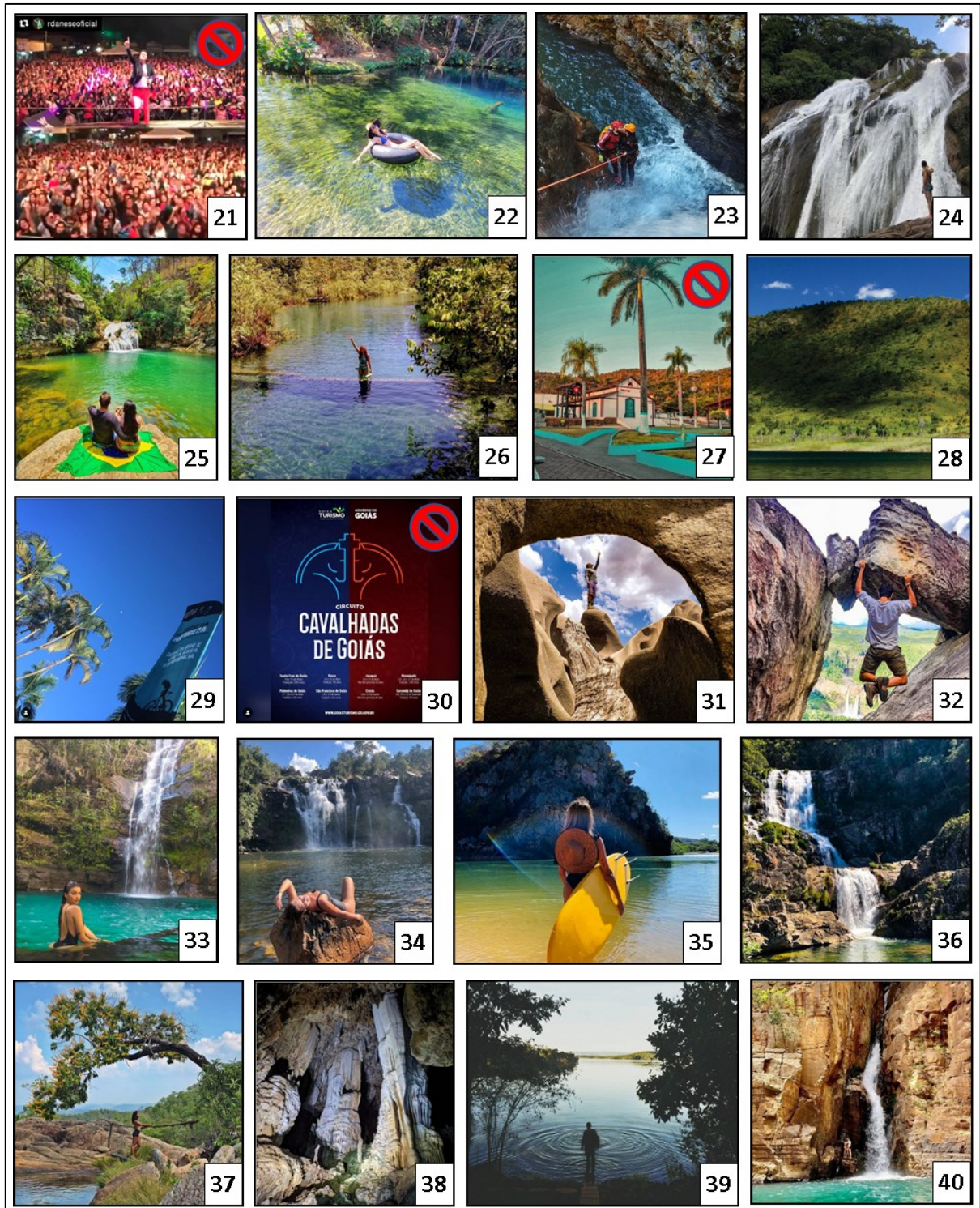
Figura 17 - Análise das postagens selecionadas - pontos 1 a 20



Fonte: Goiás (2022c), adaptado autor (2022).



Figura 18 - Análise das postagens selecionadas - pontos 21 a 40



Fonte: Goiás (2022c), adaptado autor (2022).

A análise amostral de 40 postagens revelou que dentre estas, apenas 6 postagens, pontos nº 5, 8, 16, 21, 27 e 30 não se enquadram nos critérios pré-estabelecidos, sendo postagens que não possuem sinergia com o turismo em natureza ou postagens que possuem geotag diferente da localidade postada, localizando-se em outro município.

O resultado demonstrou que na amostragem realizada, inicialmente com 40 postagens, 34 postagens atendem aos critérios pré-estabelecidos, com postagens que representam fielmente ambientes ou atividades com sinergia ao turismo em natureza e com geotag associada relacionada ao local da mídia postada, representando uma confiabilidade nos dados de 85% das postagens avaliadas.

Na metodologia utilizada, os dados coletados foram convertidos em arquivos vetoriais através das informações de geolocalização associadas para tratamento em software de geoprocessamento, com o objetivo de representar espacialmente a existência das práticas do turismo em natureza a partir da rede social Instagram. A partir dos produtos cartográficos desenvolvidos e o cruzamento com as informações do Ministério do Turismo, teremos a confirmação ou a refutação da hipótese inicial, de que a metodologia estabelecida para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro pode subdimensionar o potencial turístico local, o que, se confirmado, possibilitará que a pesquisa realizada contribua com a revisão da metodologia de avaliação do potencial turístico e inserção dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro.

Considerando que a metodologia adotada demonstrou elevado índice de confiabilidade nos dados avaliados por amostragem e permitiu alcançar resultados importantes, demonstrando a espacialização dos atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás a partir do perfil @goiasturismo no Instagram, a universalização desta análise através dos perfis públicos desta rede social, com pesquisas associadas à hashtags pré-determinadas poderão contribuir com as políticas públicas de planejamento do setor do turismo em Goiás.

### **5.3 O mapa do turismo em Goiás e o turismo em natureza nas redes sociais**

O processo de mineração dos dados da rede social Instagram e a análise de confiabilidade amostral realizada a partir da avaliação da correta espacialização das postagens e da relação do conteúdo postado com o turismo em natureza, demonstrou que a metodologia utilizada e os resultados alcançados possuem grande potencial para o uso nas pesquisas acadêmicas, na iniciativa privada do setor turístico e nas políticas públicas de planejamento.

A análise dos atrativos do turismo em natureza a partir das redes sociais é um instrumento em potencial para a avaliação da efetividade das políticas públicas de gestão do turismo, que, como apresentado nesta pesquisa, possuem como referência o Plano Nacional de Turismo do Governo Federal, que descreve os programas, ações e ferramentas a serem desenvolvidas no país para fortalecer o setor, destacando-se o Mapa do Turismo Brasileiro



como ferramenta essencial para a definição das regiões turísticas nos Estados, para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo e para a categorização destes, a partir de critérios normatizados, utilizando dados oficiais relacionados à economia do turismo.

O Mapa do Turismo Brasileiro materializa o recorte territorial das regiões turísticas em cada unidade da federação e também apresenta os municípios inseridos no Mapa, além de demonstrar a categorização destes municípios. O estado de Goiás, no âmbito do Mapa do Turismo Brasileiro, apresentou ao final do mês de abril de 2023, a divisão territorial de 11 regiões turísticas com 91 municípios inseridos e categorizados no Mapa, todavia, considerando (I) que os dados coletados junto ao Instagram tiveram como data limite o mês de fevereiro do ano de 2022 e (II) que os dados de cadastro e categorização não estão consolidados para o ano de 2023, podendo ainda sofrer atualizações até o final deste ano, utilizou-se, para as análises realizadas a seguir, os dados consolidados do Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022, em que o estado de Goiás, apresentou a divisão territorial de 10 regiões turísticas com 92 municípios inseridos e categorizados no Mapa do Turismo.

O Programa de Regionalização do Turismo, materializado no Mapa do Turismo Brasileiro, que por sua vez é elaborado a partir dos critérios estabelecidos na Portaria MTur nº 41/2021, possui importância fundamental nas diretrizes de regionalização, descentralização e gestão compartilhada das políticas públicas do turismo, todavia, sem desconsiderar a importância das ações adotadas pelo Governo Federal neste processo, nota-se que os critérios definidos para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo, são baseados em fatores administrativos, normativos e econômicos, desconsiderando o atrativo turístico em si, podendo subdimensionar o potencial turístico existente.

Neste sentido, de modo a comprovar ou refutar a hipótese colocada neste trabalho, é apresentado no quadro 5, a relação dos municípios goianos inseridos no Mapa do Turismo e aqueles em que foram identificadas postagens do perfil @goiasturismo relacionadas ao turismo em natureza, conforme metodologia descrita, com a espacialização apresentada no mapa 3.

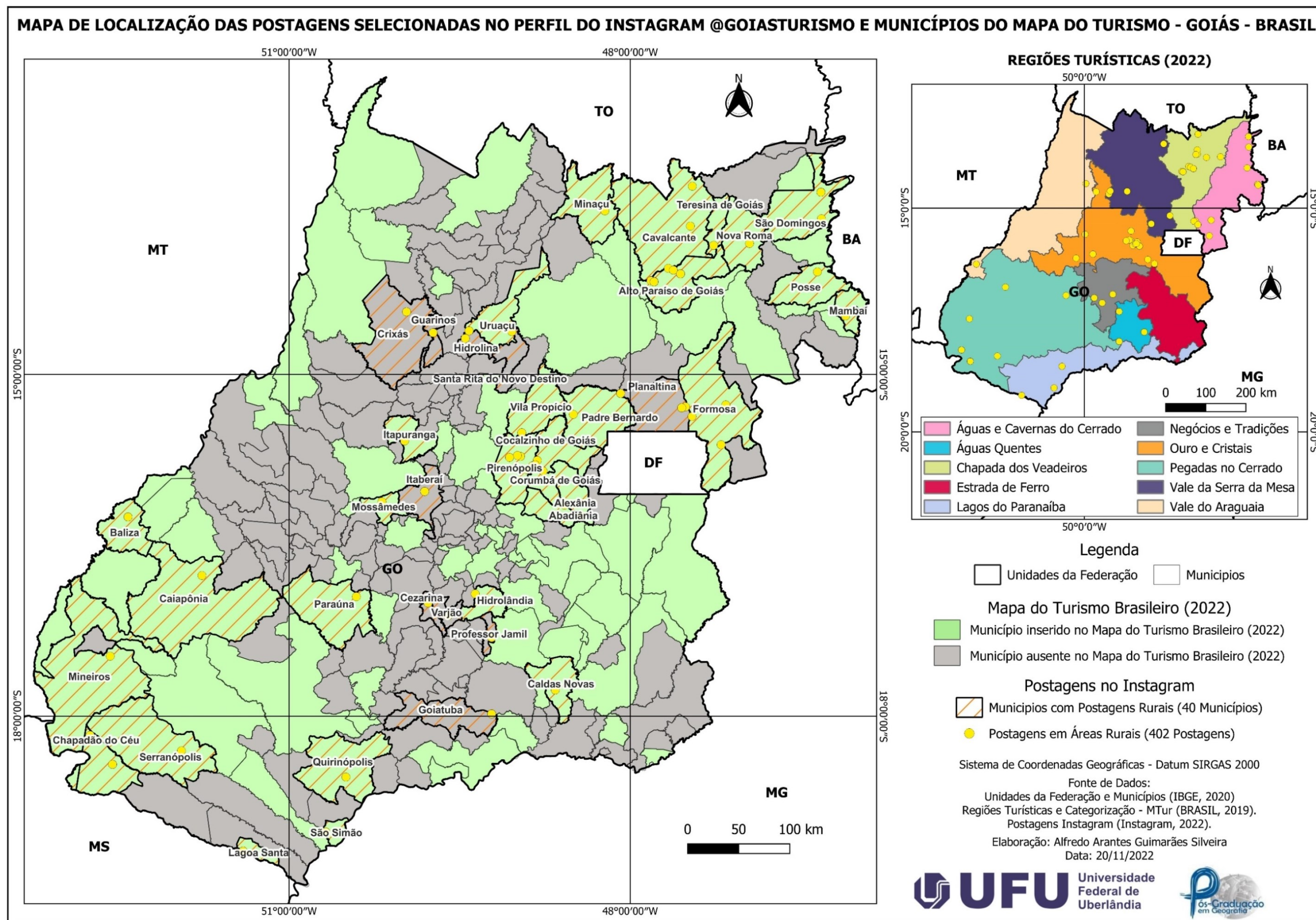
O cruzamento das informações cartográficas a partir dos 246 municípios goianos e das 402 postagens relacionadas ao turismo em natureza, localizadas em áreas rurais do estado de Goiás, demonstrou que 40 municípios tiveram a geotag das postagens associadas à atrativos turísticos em seus territórios, sendo que 30 municípios, equivalente a 75%, integraram o Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022 e os demais 10 municípios com postagens, equivalente a 25% dos municípios, não estavam inseridos no Mapa do Turismo em 2022.

Quadro 5 - Postagens no perfil @goiasturismo e Mapa do Turismo

MUNICÍPIOS	MAPA DO TURISMO BRASILEIRO (2022)	POSTAGEM NO INSTAGRAM @GOIASTURISMO	MUNICÍPIOS	MAPA DO TURISMO BRASILEIRO (2022)	POSTAGEM NO INSTAGRAM @GOIASTURISMO
ABADIÂNIA	X	X	LEOPOLDO DE BULHÕES	X	
ALEXÂNIA	X	X	LUZIÂNIA	X	
ALTO PARAÍSO DE GOIÁS	X	X	MAMBAÍ	X	X
ANÁPOLIS	X		MAURILÂNDIA	X	
ANICUNS	X		MINAÇU	X	X
ARAGARÇAS	X		MINEIROS	X	X
ARUANÃ	X		MOSSÂMEDES	X	X
AURILÂNDIA	X		MUNDO NOVO	X	
BALIZA	X	X	NERÓPOLIS	X	
BELA VISTA DE GOIÁS	X		NIQUELÂNDIA	X	
BOM JARDIM DE GOIÁS	X		NOVA CRIXÁS	X	
BONFINÓPOLIS	X		NOVA ROMA	X	X
BRITÂNIA	X		NOVA VENEZA	X	
BURITI ALEGRE	X		NOVO GAMA	X	
BURITI DE GOIÁS	X		ORIZONA	X	
BURITINÓPOLIS	X		PADRE BERNARDO	X	X
CACHOEIRA DOURADA	X		PALMELO	X	
CAÇU	X		PARAÚNA	X	X
CAIAPÔNIA	X	X	PEROLÂNDIA	X	
CALDAS NOVAS	X	X	PIRACANJUBA	X	
CAMPOS VERDES	X		PIRANHAS	X	
CAVALCANTE	X	X	PIRENÓPOLIS	X	X
CEZARINA		X	PIRES DO RIO	X	
CHAPADÃO DO CÉU	X	X	PLANALTINA		X
COCALZINHO DE GOIÁS	X	X	PORANGATU	X	
COLINAS DO SUL	X		POSSE	X	X
CORUMBÁ DE GOIÁS	X	X	PROFESSOR JAMIL		X
CRISTALINA	X		QUIRINÓPOLIS	X	X
CRIXÁS		X	RIO QUENTE	X	
DAMIANÓPOLIS	X		RIO VERDE	X	
DIVINÓPOLIS DE GOIÁS	X		SANTA CRUZ DE GOIÁS	X	
DOVERLÂNDIA	X		SANTA RITA DO ARAGUAIA	X	
FLORES DE GOIÁS	X		SANTA RITA DO NOVO DESTINO		X
FORMOSA	X	X	SÃO DOMINGOS	X	X
GOIANDIRA	X		SÃO FRANCISCO DE GOIÁS	X	
GOIANÉSIA	X		SÃO JOÃO D'ALIANÇA	X	
GOIÂNIA	X		SÃO MIGUEL DO ARAGUAIA	X	
GOIÁS	X		SÃO SIMÃO	X	X
GOIATUBA		X	SERRANÓPOLIS	X	X
GUARANI DE GOIÁS	X		SILVÂNIA	X	
GUARINOS		X	SIMOLÂNDIA	X	
HIDROLÂNDIA	X	X	TERESINA DE GOIÁS	X	X
HIDROLINA		X	TRÊS RANCHOS	X	
IPAMERI	X		TRINDADE	X	
ITABERAÍ		X	TURVELÂNDIA	X	
ITAPURANGA	X	X	URUAÇU	X	X
ITUMBIARA	X		URUANA	X	
JANDAIA	X		VALPARAÍSO DE GOIÁS	X	
JARAGUÁ	X		VARIÃO		X
JATAÍ	X		VIANÓPOLIS	X	
LAGOA SANTA	X	X	VILA PROPÍCIO	X	X

Fonte: Brasil (2022c) e Goiás (2022c), adaptado pelo autor (2022).

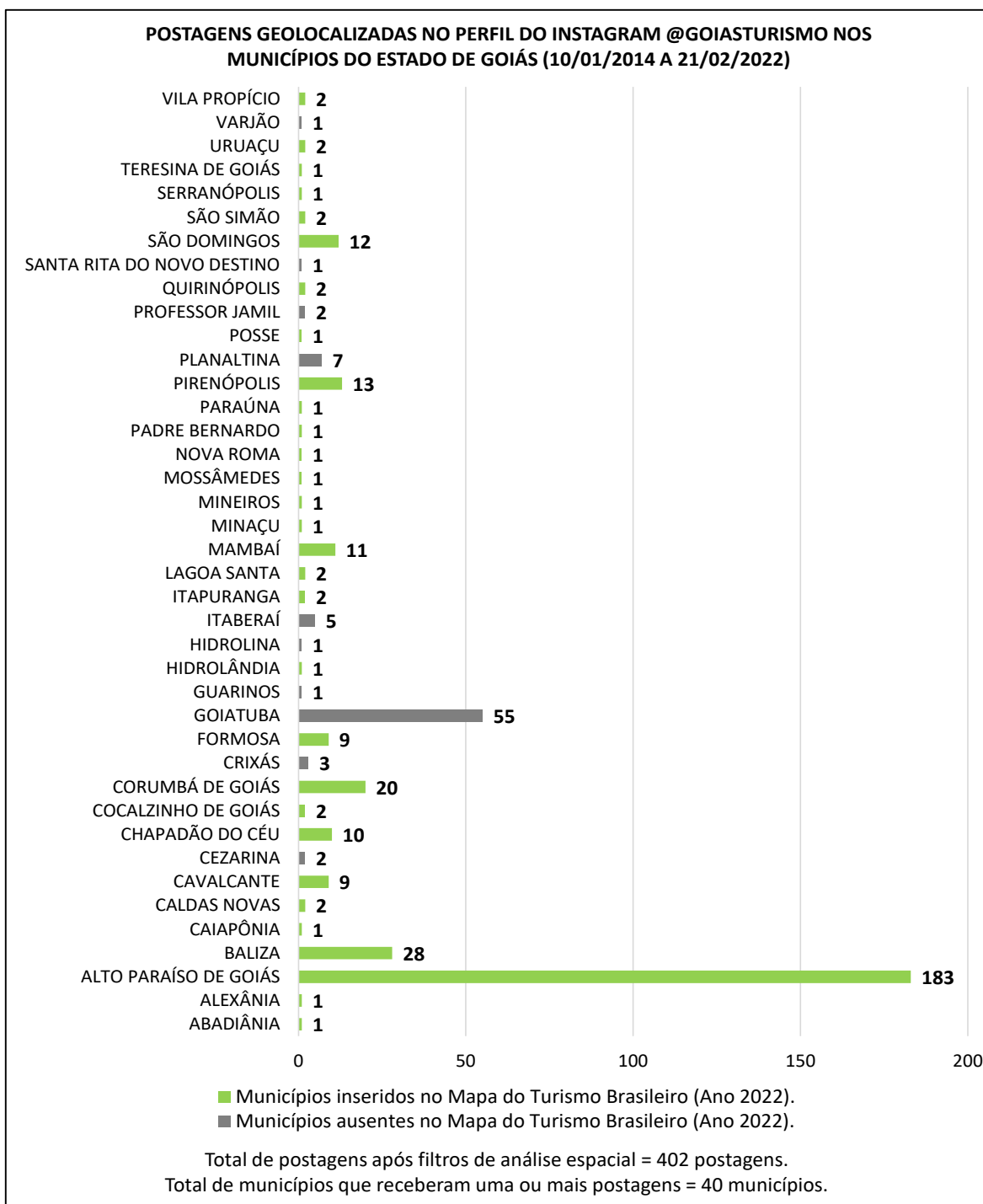
Mapa 3 - Mapa de localização das postagens selecionadas no perfil do Instagram @goiasturismo e municípios do Mapa do Turismo Brasileiro (2022) no estado de Goiás



Fonte: Goiás (2022c) e Mapa do Turismo Brasileiro (2022g), adaptado pelo autor (2022).

O gráfico 10, demonstra que do total de 246 municípios goianos, 40 apresentaram uma ou mais postagens relacionadas ao turismo em natureza no perfil @goiasturismo da rede social o Instagram, com a apresentação da quantidade de postagens e a situação do município no Mapa do Turismo Brasileiro.

Gráfico 10 – Municípios, Mapa do Turismo Brasileiro (2022) e postagens no Instagram

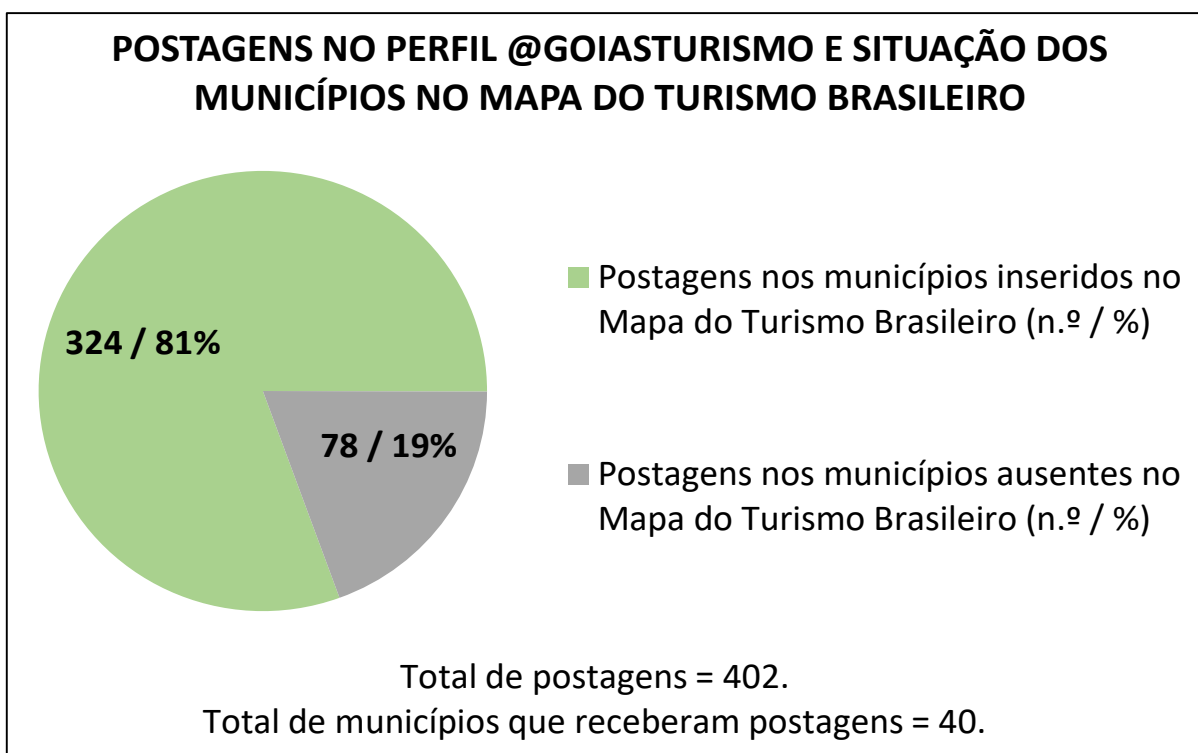


Fonte: Goiás (2022c) e Brasil (2022g), adaptado pelo autor (2022).

Os resultados alcançados ainda demonstraram que, do universo de 40 municípios que apresentaram uma ou mais postagens relacionadas ao turismo em natureza no perfil @goiasturismo da rede social Instagram, 10 municípios ainda não estão inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, sendo eles: Cezarina, Crixás, Goiatuba, Guarinos, Hidrolina, Itaberaí, Planaltina, Professor Jamil, Santa Rita do Novo Destino e Varjão.

A avaliação do universo amostral das 402 postagens nos 40 municípios, ilustrada no gráfico 11, demonstra que os municípios inseridos no Mapa do Turismo receberam, no período de análise 324 postagens com geotag associadas, representando 81% das postagens e os municípios ausentes no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022 receberam 78 postagens, representando 19% do total das postagens analisadas.

Gráfico 11 - Postagens @goiasturismo e Mapa do Turismo Brasileiro (2022)



Fonte: Goiás (2022c) e Mapa do Turismo Brasileiro (2022g), adaptado pelo autor (2022).

Os resultados alcançados demonstram que parte dos municípios que possuem atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza, mesmo que em menor quantidade e percentual, podem estar à margem das políticas públicas relacionadas ao Programa de Regionalização do Turismo Brasileiro por não fazerem parte do Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022.



#### 5.4 O mapa do turismo e o cadastro de prestadores de serviços no estado de Goiás

Os resultados alcançados a partir do cruzamento das informações cartográficas, com a avaliação das postagens do Instagram utilizando exclusivamente o levantamento realizado no perfil @goiasturismo, confirmam a hipótese de que os critérios para inserção de municípios no Mapa do Turismo Brasileiro consideram essencialmente fatores administrativos, normativos e econômicos dos municípios, deixando municípios com atrativos turísticos ligados ao turismo em natureza ausentes do Mapa do Turismo. Desta forma, com o objetivo de agregar análises sobre a metodologia de elaboração do Mapa do Turismo Brasileiro, além da análise espacial de uso das informações de geotag associadas às publicações do Instagram, foi realizado o levantamento do cadastro de pessoas físicas e jurídicas junto ao Cadastur.

O Cadastur<sup>2</sup> é um sistema de registro, executado pelo Ministério do Turismo, a partir do cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo, com o objetivo de promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor. O cadastro, conforme a Lei Federal nº 11.771/2008 e Lei Federal nº 8.623/1993 (BRASIL, 2022b), é obrigatório para:

- a) Acampamentos Turísticos;
- b) Agências de Turismo;
- c) Meios de Hospedagem;
- d) Organizadoras de Evento;
- e) Parques Temáticos;
- f) Transportadoras Turísticas;
- g) Guia de Turismo.

Além das atividades de registro obrigatório, é opcional para:

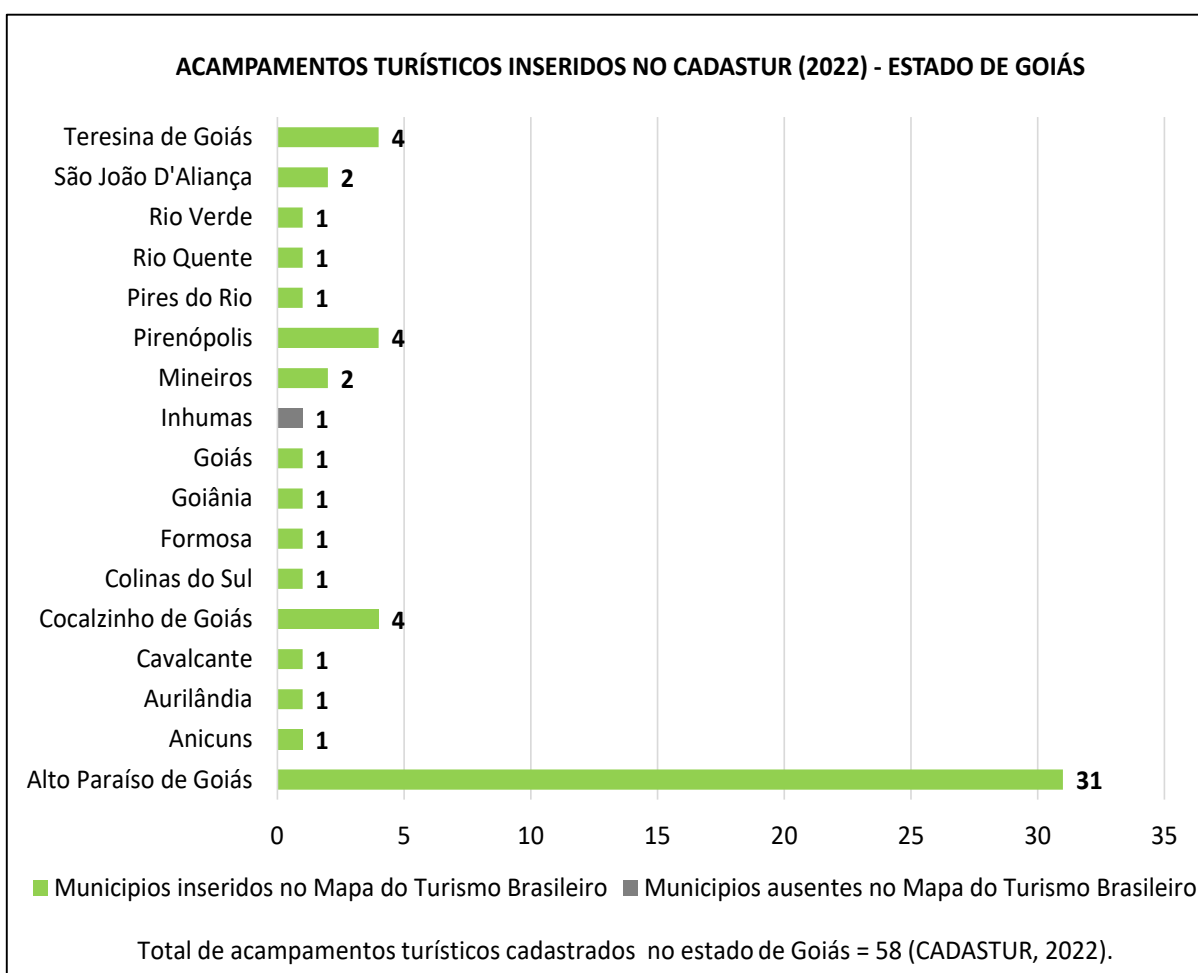
- a) Casas de Espetáculo;
- b) Centros de Convenções;
- c) Empreendimentos de Entretenimento e Lazer e Parques Aquáticos;
- d) Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva;
- e) Locadoras de Veículos para Turistas;
- f) Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos;
- g) Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos;
- h) Restaurantes, Cafeterias, Bares e similares.

---

<sup>2</sup> <https://cadastur.turismo.gov.br/>

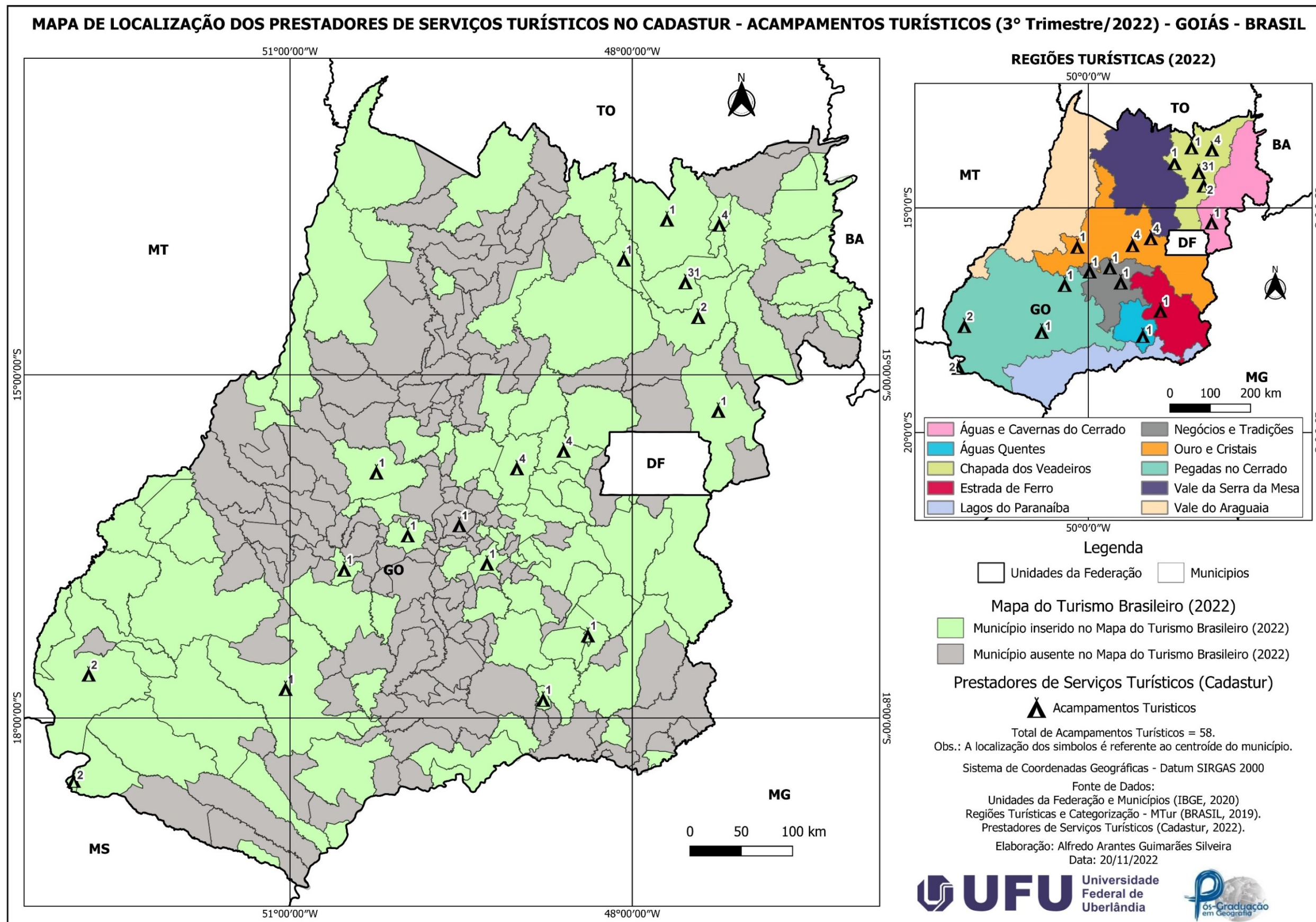
A consulta realizada ao Cadastur, realizada com dados consolidados do 3º trimestre de 2022, se deu a partir do recorte espacial para o estado de Goiás e da seleção das categorias de prestadores de serviços (I) acampamentos turísticos, (II) guias de turismo e (III) atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva, pois, empiricamente, dentre as categorias cadastradas, estas apresentam maior sinergia com as atividades relacionadas ao turismo em natureza, uma vez que remetem às práticas turísticas em ambientes naturais. Os recortes realizados, são apresentados nos gráficos 12, 13 e 14, com a espacialização nos municípios apresentada nos mapas 4, 5 e 6.

Gráfico 12 - Acampamentos turísticos em Goiás - Cadastur (2022)



Fonte: Adaptado de Brasil (2022c, , 2022g).

Mapa 4 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no Cadastur - Acampamentos Turísticos (3º Trimestre/2022) no estado de Goiás



Fonte: Brasil (2022c, 2022g), adaptado pelo autor (2022).

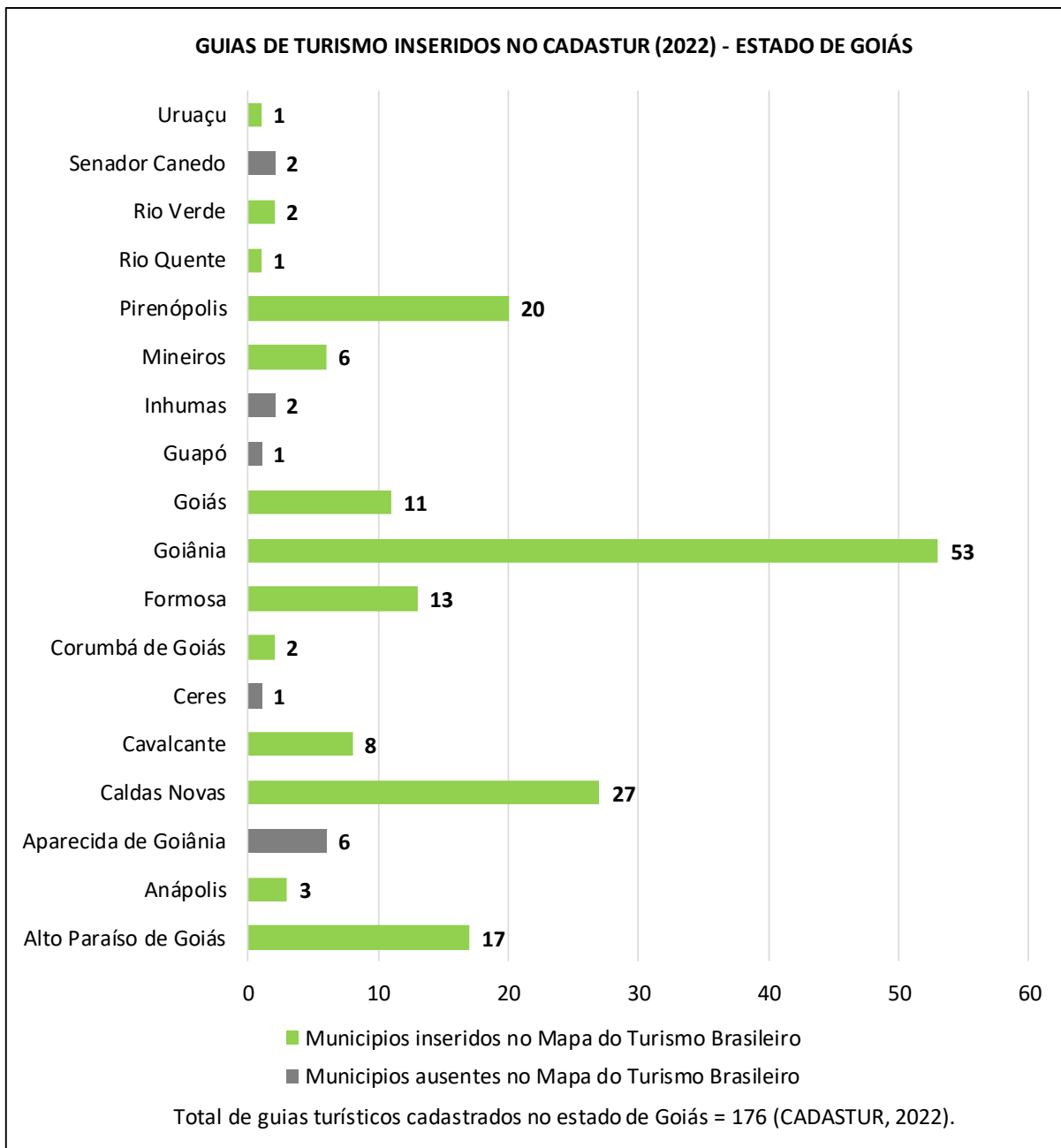


Os números alcançados com o cruzamento da base cartográfica dos municípios inseridos e ausentes do Mapa do Turismo Brasileiro com as informações sobre os prestadores de serviços turísticos na categoria “acampamentos turísticos” registrados no Cadastur, demonstraram a existência de 58 acampamentos no estado de Goiás no ano de 2022 distribuídos em 17 municípios, cujos resultados permitiram as seguintes análises:

- a) do universo de 246 municípios do estado de Goiás, apenas 17 possuem acampamentos turísticos cadastrados junto ao Cadastur, o que representa apenas 7% dos municípios do Estado;
- b) de todos os 17 municípios que possuem acampamentos turísticos cadastrados junto ao Cadastur, 16 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro de 2022 e apenas 1 município (Inhumas) não integrou o Mapa do Turismo (BRASIL, 2022g);
- c) dos 92 municípios goianos inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2022 apenas 16 possuem acampamentos turísticos cadastrados junto ao Cadastur, representando 17,4% dos municípios inseridos no Mapa, inexistindo na base oficial do Cadastur acampamentos turísticos para os outros 76 municípios, o que representa 82,6% dos municípios goianos inseridos no Mapa do Turismo;
- d) dos 58 acampamentos turísticos cadastrados junto ao Cadastur, destacamos o número alcançado pelo município de Alto Paraíso de Goiás, reconhecido pelos atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza, que apresentou 31 acampamentos turísticos, equivalente a 53,4% dos estabelecimentos;
- e) avaliando os resultados por regiões turísticas delimitadas no Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2022g), a região turística da Chapada dos Veadeiros, respondeu por 39 acampamentos turísticos, distribuídos nos municípios de Alto Paraíso de Goiás (31), Teresina de Goiás (4), São João da Aliança (2), Cavalcante (1) e Colinas do Sul (1), que juntos, somaram 67,2% dos acampamentos cadastrados no Cadastur.

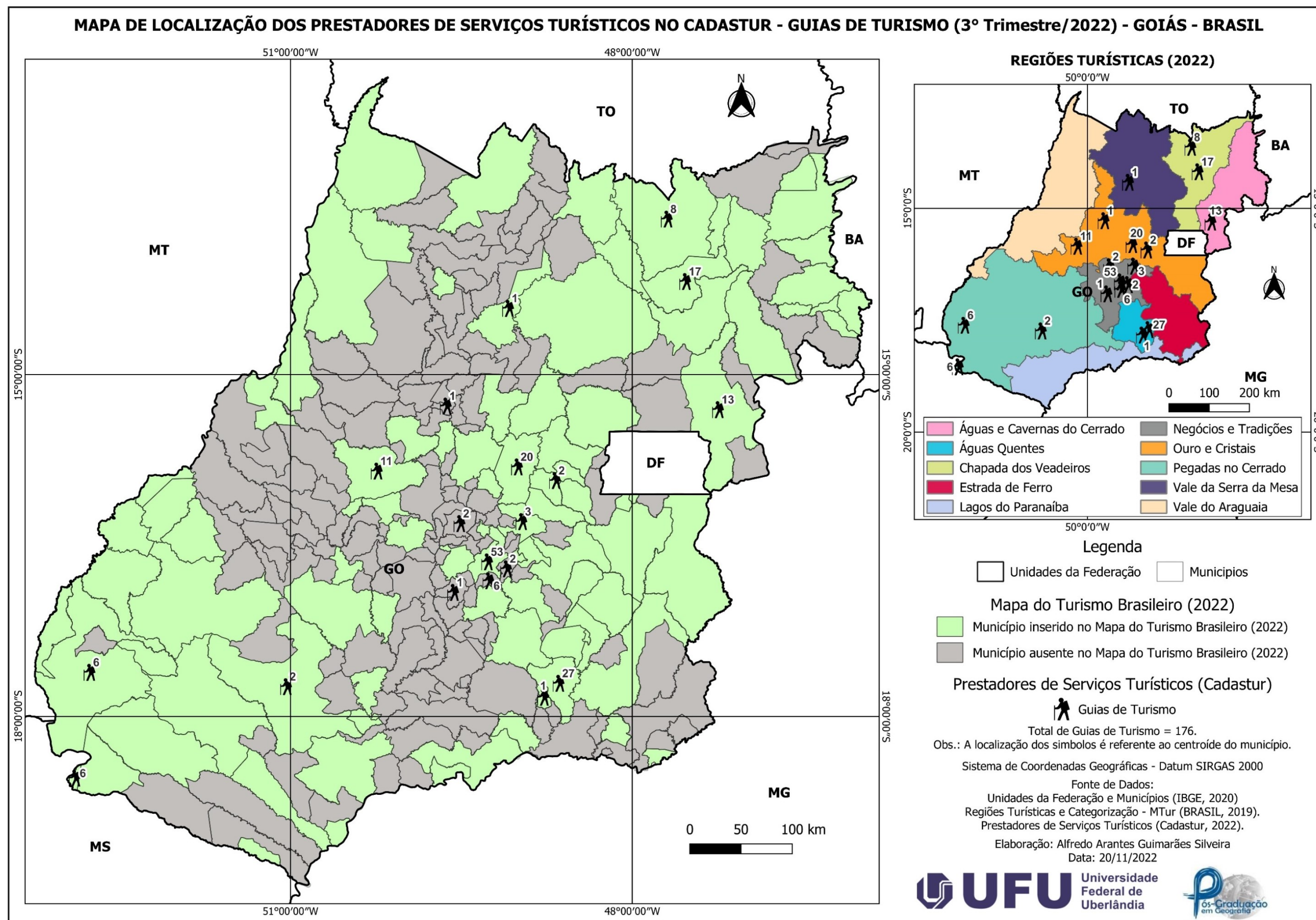
Os resultados alcançados, a partir do cruzamento das informações sobre os prestadores de serviços turísticos na categoria “guias de turismo” registrados no Cadastur com a base cartográfica dos municípios inseridos e ausentes do Mapa do Turismo Brasileiro no estado de Goiás, são apresentados no gráfico 13 e espacializados no mapa 5.

Gráfico 13 - Guias de turismo no estado de Goiás - Cadastur (2022)



Fonte: Brasil (2022c, 2022g), adaptado pelo autor (2023).

Mapa 5 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no Cadastur - Guias de Turismo (3º Trimestre/2022) no estado de Goiás



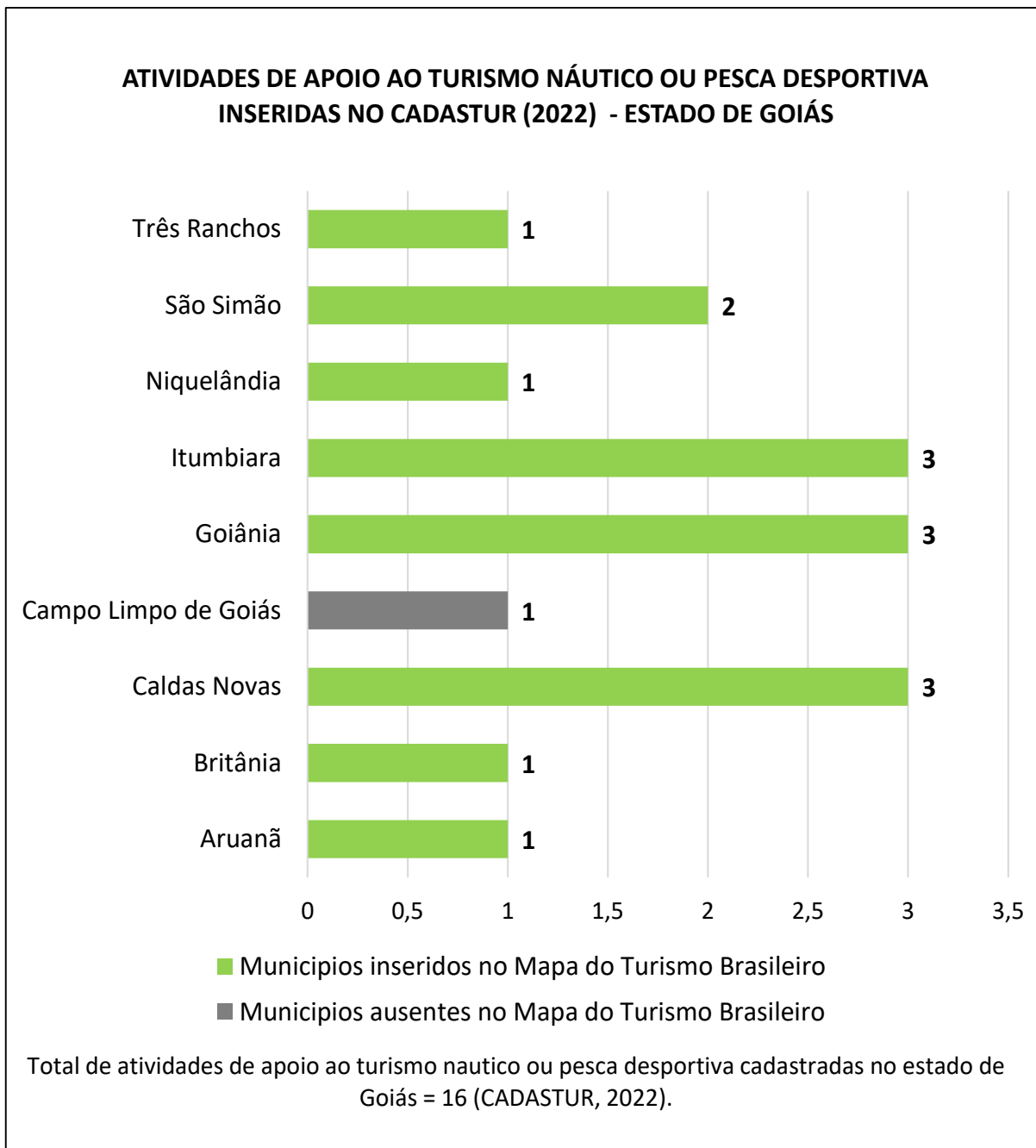
Fonte: Brasil (2022c), adaptado pelo autor (2023).

Os resultados apresentados no gráfico 13 e espacializados no mapa 5 demonstraram a existência de 176 guias de turismo no estado de Goiás no ano de 2022 distribuídos em 18 municípios, permitindo as seguintes análises:

- a) dos 246 municípios de Goiás, apenas 18 apresentaram guias de turismo cadastrados no Cadastur, o que representa apenas 7,3% dos municípios do Estado;
- b) dos 18 municípios que possuem guias de turismo, 13 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro e 5 municípios (Aparecida de Goiânia, Ceres, Guapó, Inhumas e Senador Canedo) não integraram o Mapa do Turismo (BRASIL, 2022);
- c) dos 92 municípios goianos que integraram o Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2022g), apenas 18 municípios possuem guias turísticos cadastrados junto ao Cadastur, representando 19,6% dos municípios inseridos no Mapa do Turismo, inexistindo na base oficial do Cadastur guias de turismo para os outros 74 municípios, o que representa 80,4% dos municípios goianos inseridos no Mapa do Turismo;
- d) dos 176 guias de turismo cadastrados junto ao Cadastur, destacamos o número alcançado pelos municípios de Goiânia, capital do Estado, que apresentou 53 guias de turismo, equivalente a 31,1% dos profissionais;
- e) os municípios goianos, reconhecidos por seus atrativos naturais e pelas práticas do turismo em natureza, como Pirenópolis com 20 guias, Goiás com 11 guias, Formosa com 13 guias, Cavalcante com 8 guias e Alto Paraíso de Goiás com 17 guias, somados reúnem 69 profissionais, o equivalente a 39,2% dos guias de turismo;
- f) avaliando os resultados por regiões turísticas delimitadas no Mapa do Turismo Brasileiro de 2022, a região turística Negócios e Tradições, influenciada pela capital, respondeu por 67 guias de turismo, todavia cabe o destaque sobre a ausência de profissionais cadastrados junto ao Cadastur para as regiões turísticas Estrada de Ferro e Vale do Araguaia.

O cruzamento das informações sobre os prestadores de serviços turísticos na categoria “atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva” registradas no Cadastur com a base cartográfica dos municípios inseridos e ausentes do Mapa do Turismo Brasileiro no estado de Goiás, apresentado no gráfico 14 e espacializado no mapa 6, demonstraram a existência de apenas 16 atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva cadastradas no estado de Goiás em 2022.

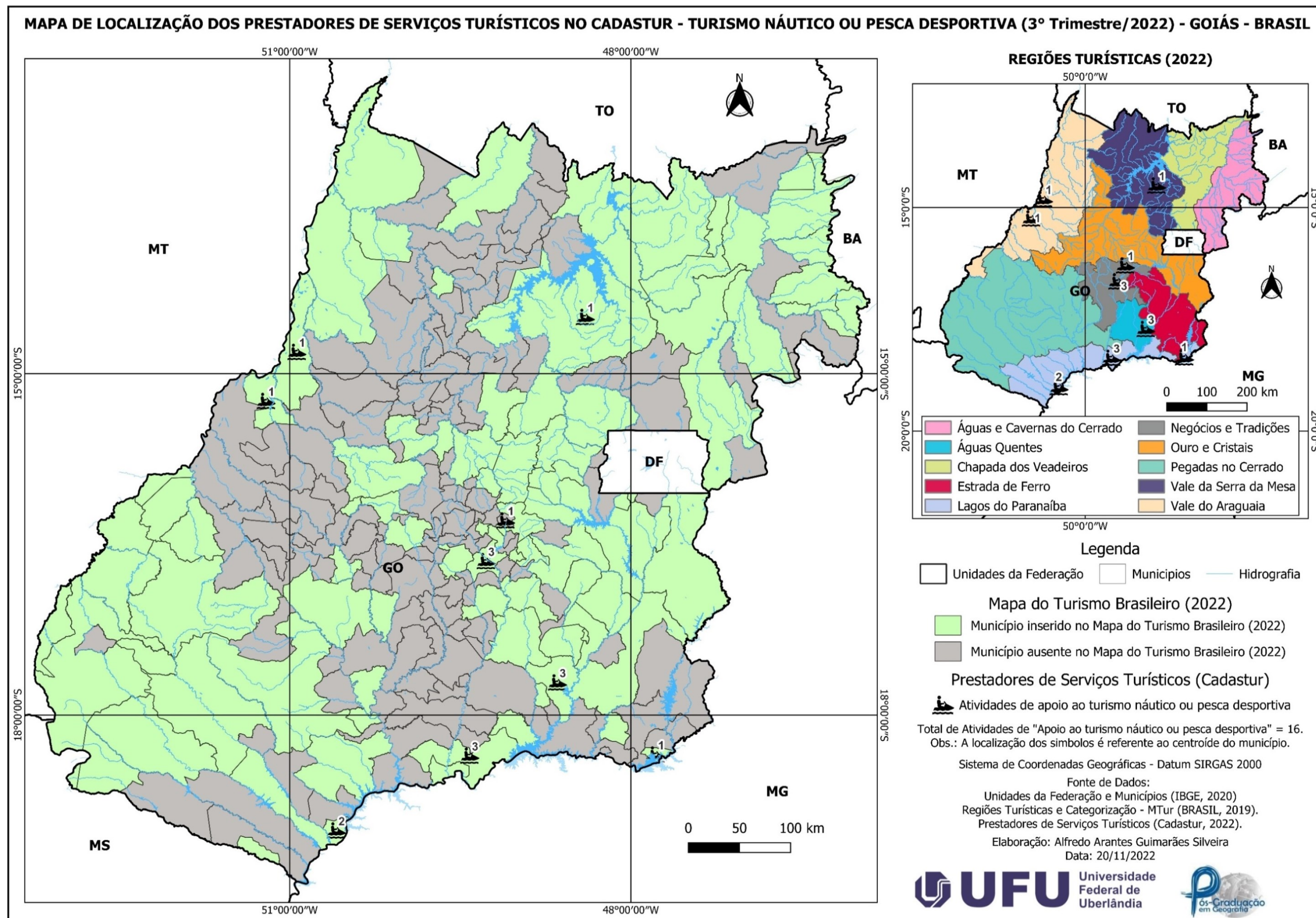
Gráfico 14 - Atividades de apoio ao turismo náutico e pesca desportiva em Goiás - Cadastur (2022)



Fonte: Brasil (2022c, 2022g), adaptado pelo autor (2023).



Mapa 6 - Mapa de localização dos prestadores de serviços turísticos no estado de Goiás segundo Cadastur - Atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva (3º Trimestre/2022)



Fonte: Brasil (2022c, 2022g), adaptado pelo autor (2023).

Os resultados alcançados, demonstraram a existência de apenas 16 atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva cadastradas no estado de Goiás em 2022, distribuídas em 9 municípios, permitindo as seguintes análises:

- a) dos 246 municípios do Estado, apenas 9 municípios apresentaram as atividades relacionadas, representando apenas 3,6% dos municípios do goianos;
- b) dos 9 municípios que possuem as atividades, 8 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2022g) e 1 município (Campo Limpo de Goiás), não integrou o Mapa;
- c) dos 92 municípios goianos que integraram o Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2022g), apenas 9 municípios possuem as atividades analisadas cadastradas no Cadastur, o que representa, apenas 9,8% dos municípios goianos inseridos no Mapa do Turismo, inexistindo as respectivas atividades nos demais 83 municípios, representando 90,2% dos municípios inseridos no Mapa do Turismo;
- d) analisando espacialmente os resultados, destaca-se a presença das atividades de turismo náutico ou pesca desportiva nos municípios de São Simão, Itumbiara e Três Ranchos às margens de reservatórios de hidrelétricas no rio Paranaíba; Niquelândia, nas proximidades do reservatório hidrelétrico de Serra da Mesa; e Britânia e Aruanã, às margens do rio Araguaia.

A análise geral dos prestadores de serviços turísticos cadastrados junto ao sistema Cadastur, cadastro oficial utilizado pelo Governo Federal para a inclusão dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, demonstrou que municípios que apresentaram prestadores de serviços nas categorias pesquisadas no ano de 2022 não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, tendo como possibilidades (I) o não atendimento integral dos demais critérios estabelecidos na Portaria MTur nº 41/2021 ou (II) a falta de interesse dos municípios em apresentar as informações junto ao Ministério do Turismo.

## **5.5 O mapa do turismo e os atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás**

Os resultados alcançados até este ponto, demonstraram a importância do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e das Tecnologias de Informação Geográfica (TIGs), no que López (2017) descreveu como as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTIC) na ciência Geográfica.

O mapeamento dos atrativos turísticos minerados junto ao perfil @goiasturismo da rede social Instagram, demonstrou que existem municípios goianos com ambientes turísticos



relacionados ao turismo em natureza com seu uso turístico materializado através das postagens em redes sociais que não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022. De mesmo modo, o mapeamento realizado através dos dados dos prestadores de serviços turísticos, demonstrou a existência de municípios que mesmo possuindo profissionais ou estabelecimentos que atuam em atividades relacionados ao turismo em natureza também não integraram o Mapa do Turismo do ano de 2022.

Considerando, portanto, os resultados obtidos e a confirmação da hipótese colocada, de que municípios goianos com atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro, a seguir, com o objetivo de reforçar os resultados já alcançados e demonstrar a importância do uso das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação na ciência Geográfica, realizou-se o mapeamento de ambientes e localidades com potencial ao desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo em natureza a partir de dois grupos de fontes de informações cartográficas, sendo uma fonte através de dados públicos e oficiais disponibilizados por instituições do governo Estadual e do governo Federal e ainda, uma outra fonte de dados públicos e não oficiais produzidos coletivamente (crowdsourcing) e disponibilizados na rede mundial de computadores.

O primeiro grupo de fonte de dados é composto pelas bases cartográficas e informações das seguintes instituições públicas:

- a) Ministério do Meio Ambiente (MMA): Através do portal de dados geoespaciais do MMA (<http://mapas.mma.gov.br/i3geo/>), foi realizado o download dos dados geoespaciais com a base cartográfica das Unidades de Conservação Federais e Estaduais vinculadas ao Cadastro Nacional de Unidades de Conservação (CNUC), com o recorte para o estado de Goiás;
- b) Ministério do Meio Ambiente (MMA): Através do portal de dados geoespaciais do MMA (<http://mapas.mma.gov.br/i3geo/>), foi realizado o download das camadas Geoparque e Sítios Geológicos, a partir de dados do Serviço Geológico do Brasil (SGB) - CPRM, com o recorte para o estado de Goiás;
- c) Ministério do Meio Ambiente (MMA): Através do site do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), foi realizado acesso ao Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas (CANIE) e o download dos dados geoespaciais com a base cartográfica das cavidades naturais subterrâneas mapeadas no estado de Goiás;
- d) Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (SEMAD) do Estado de Goiás: Através do portal do Sistema de Informações Geográficas

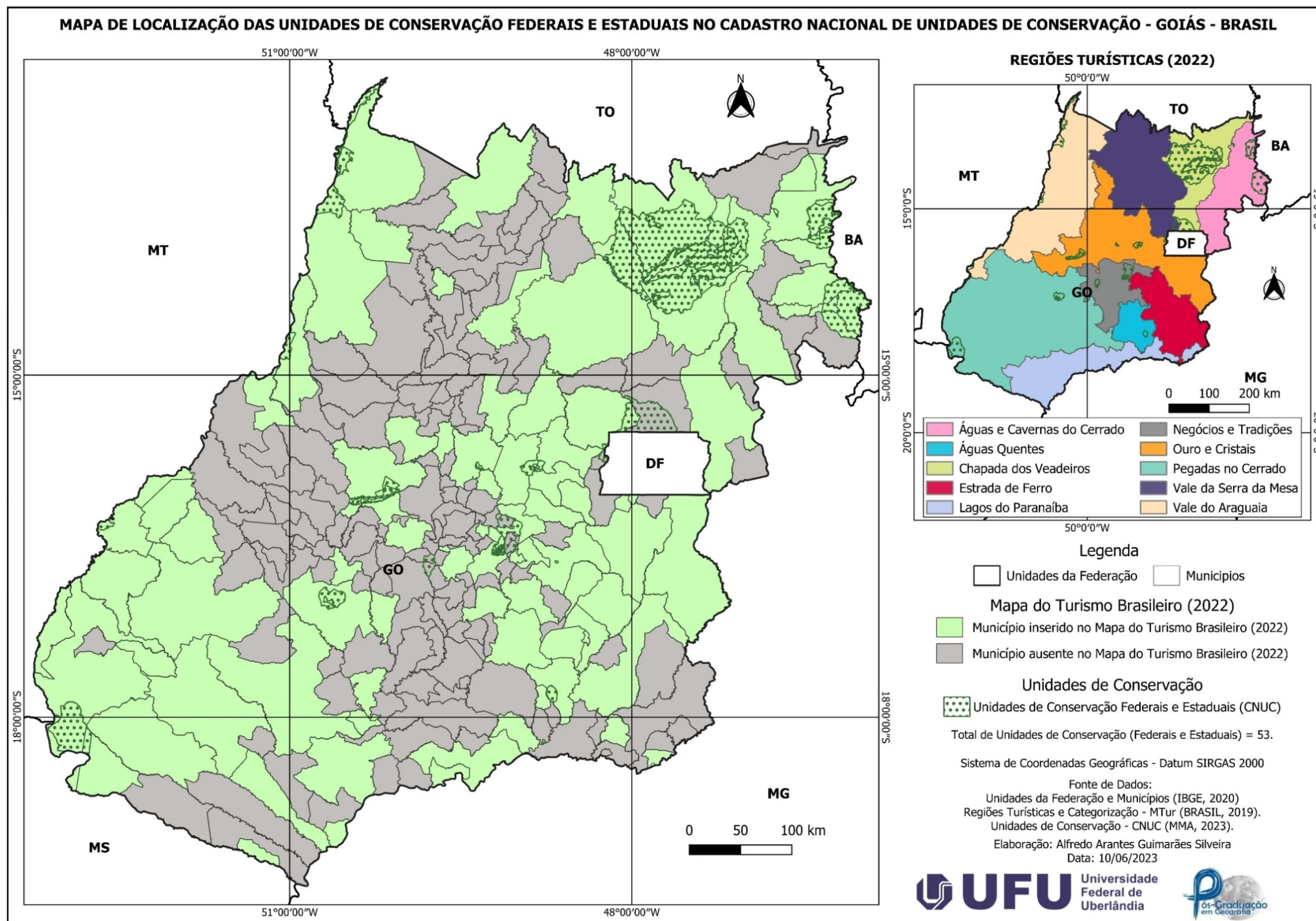
Ambientais do Estado de Goiás (SIGA-GO) foi realizado o download dos dados geoespaciais com a base cartográfica dos barramentos de curso hídrico, com o recorte dos reservatórios de Usinas Hidroelétricas e de Pequenas Centrais Hidroelétricas. Através do mesmo portal foi realizado o recorte da camada de massa d'água para os rios Paranaíba e Araguaia, por se tratarem de trechos navegáveis por pequenas embarcações e pela prática da pesca esportiva.

A utilização deste primeiro grupo de fonte de dados cartográficos públicos e oficiais tem por objetivo a identificação das áreas protegidas, através das Unidades de Conservação Federais e Estaduais de Proteção Integral e de Uso Sustentável, bem como dos Geoparques, Sítios Geológicos e Cavernas Naturais Subterrâneas, por entender que estas áreas protegidas e estas paisagens de condições naturais e paisagens excepcionais apresentam sinergia com as práticas do turismo em natureza. Complementarmente, as áreas dos reservatórios artificiais em todo o estado e os trechos livres de reservatórios nos rios Paranaíba e Araguaia, também foram selecionados, considerando o reconhecido potencial de exploração de suas belas paisagens para o turismo náutico e a pesca desportiva.

Considerando a hipótese de que municípios goianos com atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, foi realizado o cruzamento da base cartográfica dos municípios goianos ausentes e presentes no Mapa do Turismo com as camadas destacadas acima, resultando na análise espacial sobre os municípios que possuem os atrativos relacionados ao turismo em natureza e sua condição no Mapa do Turismo Brasileiro do ano 2022.

A categoria das Unidades de Conservação Federais e Estaduais devidamente inseridas junto ao Cadastro Nacional de Unidades de Conservação foram espacializadas no mapa 7, com o recorte para Goiás, resultando na identificação de 53 Unidades de Conservação, localizadas em 46 municípios, sendo que destes, 35 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, o equivalente a 76,1% dos municípios identificados; e os demais 11 municípios com Unidades de Conservação em seu território, representando 23,9% dos municípios mapeados, não fizeram parte do Mapa do Turismo em 2022. Os municípios que possuem Unidades de Conservação em seus territórios e não estão inseridos no Mapa do Turismo são: Água Limpa, Águas Lindas de Goiás, Caldazinha, Campo Limpo de Goiás, Goianópolis, Nazário, Ouro Verde de Goiás, Palmeiras de Goiás, Planaltina, Senador Canedo e Terezópolis de Goiás.

Mapa 7 - Mapa de localização das Unidades de Conservação Federais e Estaduais segundo o Cadastro Nacional de Unidades de Conservação no estado de Goiás



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

As camadas dos Geoparques, dos Sítios Geológicos e Paleontológicos e das Cavidades Naturais Subterrâneas, identificados nos estudos do Serviço Geológico do Brasil (SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 2006) e do Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas (CANIE) (BRASIL, 2022a), foram espacializadas no mapa 8, com o recorte para o estado de Goiás, resultando na identificação de 1 Geoparque, 10 Sítios Geológicos ou Paleontológicos e 1092 Cavidades Naturais Subterrâneas, distribuídos em 58 municípios.

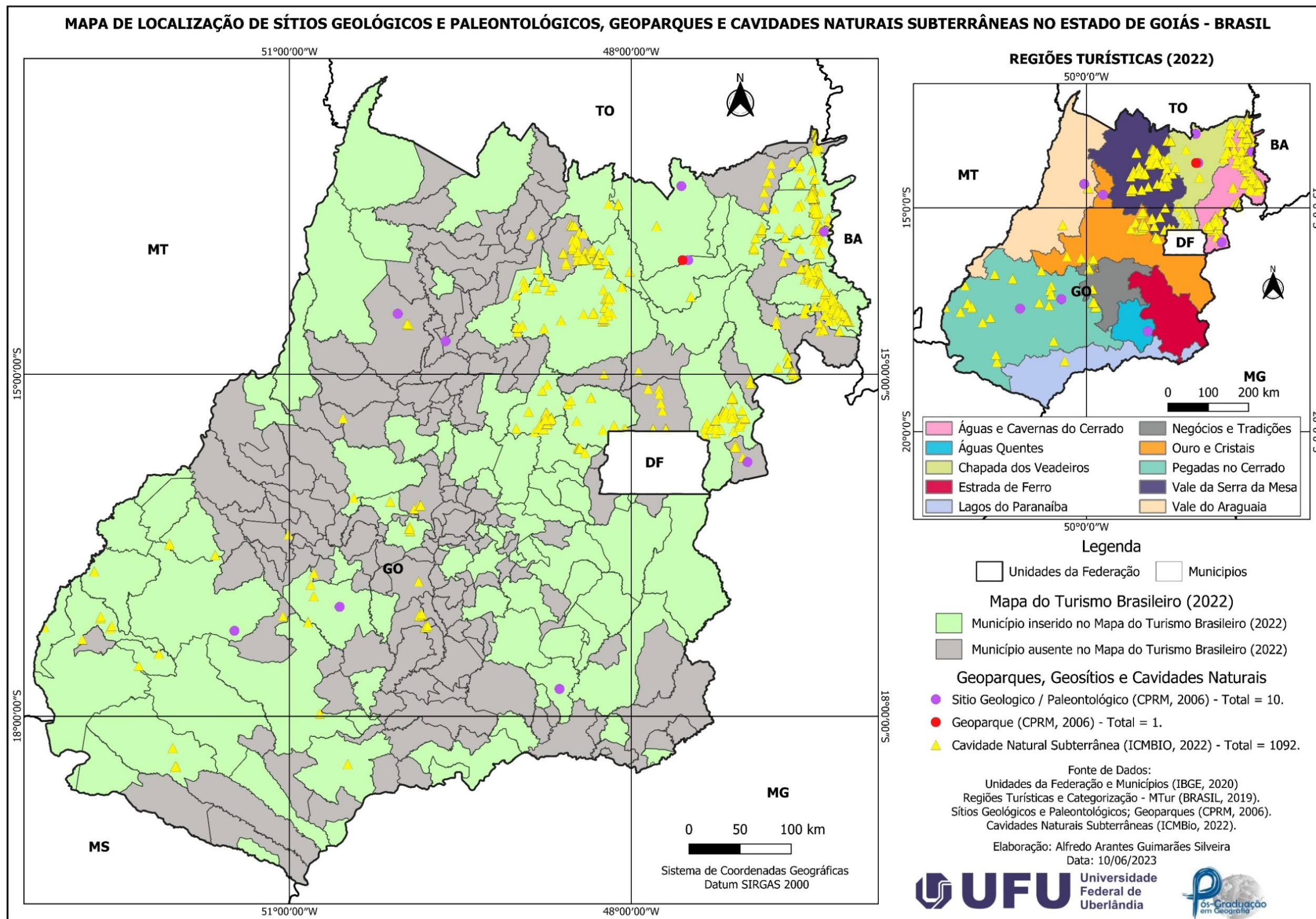
A camada Geoparque é identificada apenas pelo Geoparque da Chapada dos Veadeiros, localizada no Parque Nacional da Chamada dos Veadeiros, nos municípios de Nova Roma, Teresina de Goiás, Cavalcante, Alto Paraíso de Goiás e São João da Aliança, todos estes integrantes do Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022. De acordo com o Serviço Geológico do Brasil (SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 2023) os Geoparques são áreas que possuem paisagens únicas, em que suas características e heranças geológicas são utilizadas em sinergia com outros aspectos como o patrimônio natural e cultural da região, para a conscientização ambiental em um conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável.

A camada dos Sítios Geológicos e Paleontológicos representa locais específicos cujas características geológicas e geomorfológicas tem elevado valor paisagístico, científico, turístico, educativo e cultural, que justifiquem a sua proteção (SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 2023). No recorte realizado para o estado de Goiás, foram identificados 10 Sítios Geológicos/Paleontológicos, distribuídos em 9 municípios, sendo que destes, 6 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, o equivalente a 66,7% dos municípios identificados; e os outros 3 municípios, representando 33,3%, a saber: Cabeceiras, Crixás e Pilar de Goiás, não integraram o Mapa do Turismo em 2022.

As Cavidades Naturais Subterrâneas representam a porção das cavidades existentes e prospectadas por pessoas físicas, grupos ou instituições, cujos dados foram publicados e cadastrados no Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas (CANIE), pasta integrante do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). A base de dados das cavidades naturais subterrâneas para o estado de Goiás, resultou na detecção de 1092 cavidades, distribuídas por 54 municípios sendo que destes, 33 integraram o Mapa do Turismo no ano de 2022, o equivalente a 61,1% dos municípios identificados; e os outros 21 municípios, a saber: Água Fria de Goiás, Alvorada do Norte, Cabeceiras, Cachoeira de Goiás, Campinaçu, Campos Belos, Crixás, Faina, Formoso, Iaciara, Indiara, Israelândia, Itaberaí, Mimoso de Goiás, Monte Alegre de Goiás, Montividiu, Palmeiras de Goiás, Planaltina, Santa Rita do Novo Destino, Sítio D'abadia e Vila Boa, representando 38,9% do municípios com cavidades naturais, não integraram o Mapa do Turismo em 2022.



Mapa 8 - Mapa de localização de Sítios Geológicos e Paleontológicos, Geoparques e Cavidades Naturais Subterrâneas no estado de Goiás



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao analisarmos integralmente os resultados para as camadas destacadas, com o recorte para o estado de Goiás, espacializadas no mapa 8, temos 1 Geoparque, 10 Sítios Geológicos e Paleontológicos e 1092 Cavidades Naturais Subterrâneas, que estão distribuídos em 58 municípios, sendo que destes, 36 integraram o Mapa do Turismo no ano de 2022, o equivalente a 62,1% dos municípios; e os demais 22 municípios, a saber: Campos Belos, Campinaçu, Planaltina, Itaberaí, Monte Alegre de Goiás, Cabeceiras, Indiara, Sítio D'abadia, Santa Rita do Novo Destino, Iaciara, Vila Boa, Crixás, Formoso, Alvorada do Norte, Palmeiras de Goiás, Água Fria de Goiás, Cachoeira de Goiás, Faina, Israelândia, Mimoso de Goiás, Montividiu, Pilar de Goiás, representando 37,9% dos municípios, não integraram o Mapa do Turismo em 2022, resultado este que, mais uma vez, demonstrou que municípios que possuem atrativos relacionados ao turismo em natureza, não estavam inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro.

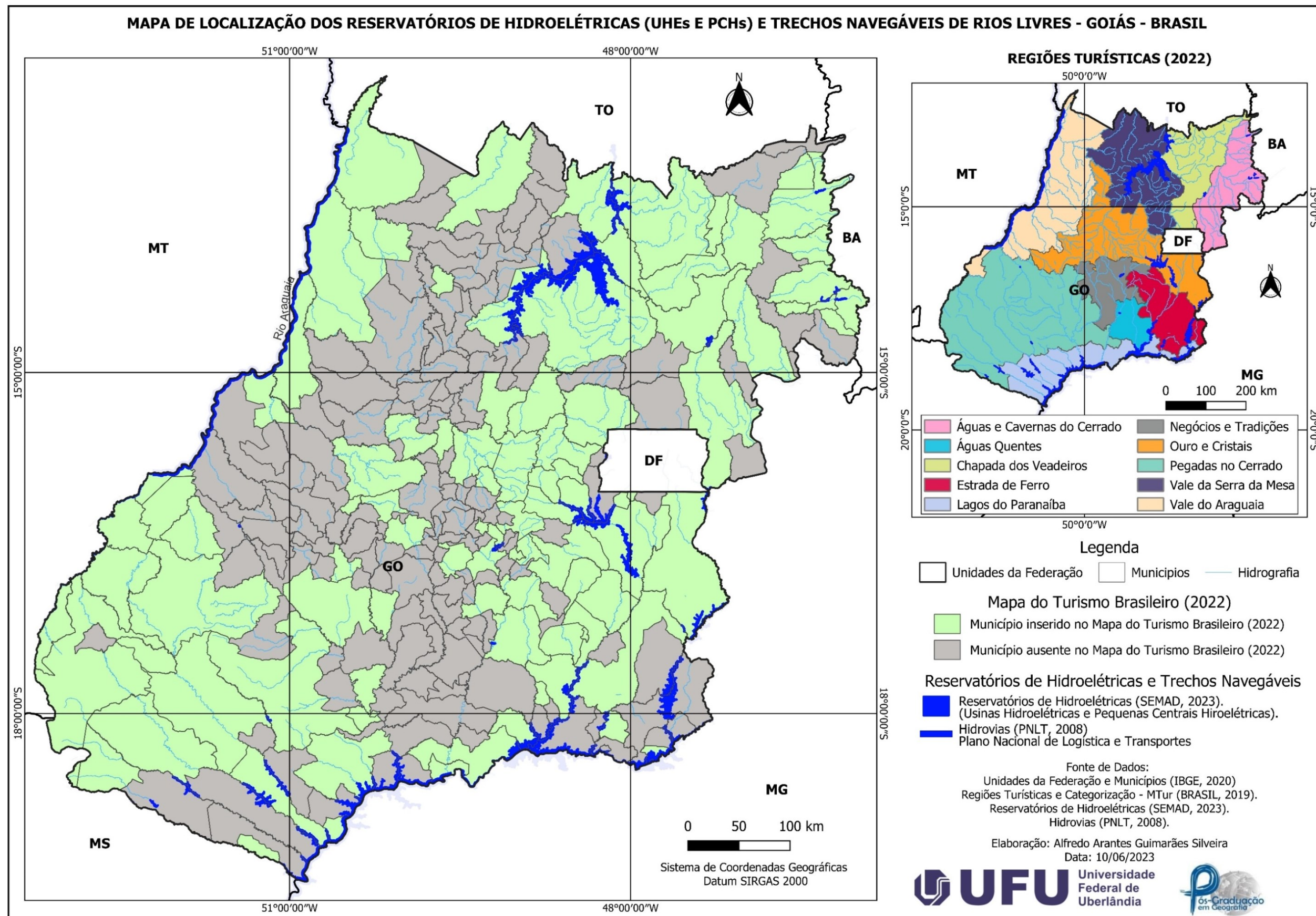
A categoria com a delimitação das áreas dos reservatórios artificiais e os trechos livres e navegáveis nos rios Paranaíba e Araguaia no estado de Goiás, resultou na identificação dos reservatórios de Usinas Hidroelétricas (UHEs) e de Pequenas Centrais Hidroelétricas (PCHs) a partir da base cartográfica do mapeamento de barragens, além dos trechos livres navegáveis dos rios Araguaia e Paranaíba, todos disponibilizados no Sistema de Informações Geográficas Ambientais do Estado de Goiás (SIGA), vinculado à Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (SEMAD) (GOIÁS, 2023b).

A seleção dos reservatórios artificiais e dos trechos livres e navegáveis nos rios Paranaíba e Araguaia, apresentados no mapa 9, estão inseridos em 75 municípios do Estado, sendo que destes, 43 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, o equivalente a 57,3% dos municípios identificados; e os demais 32 municípios, a saber: Água Limpa, Águas Lindas de Goiás, Ananguera, Aporé, Arenópolis, Barro Alto, Bom Jesus de Goiás, Cachoeira Alta, Campinaçu, Campinorte, Campo Alegre de Goiás, Catalão, Corumbaíba, Cumari, Davinópolis, Goianápolis, Gouvelândia, Inaciolândia, Iporá, Itajá, Itarumã, Jussara, Marzagão, Montes Claros de Goiás, Morrinhos, Nova Aurora, Ouvidor, Paranaiguara, Santa Rita do Novo Destino, Santo Antônio do Descoberto, São João da Paraúna e Terezópolis de Goiás, que possuem reservatórios hidroelétricos ou ainda trechos dos rios Araguaia ou Paranaíba em seus territórios, representando 42,7% dos municípios mapeados, não fizeram parte do Mapa do Turismo em 2022.

O resultado alcançado, novamente demonstra que municípios com ambientes que possuem sinergia com atividades voltadas ao turismo em natureza, neste caso especialmente para a prática de esportes náuticos e da pesca esportiva, não estavam inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022.



Mapa 9 - Mapa de localização dos reservatórios de hidroelétricas e trechos navegáveis de rios livres no estado de Goiás



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O segundo grupo de fonte de dados é composto pelas informações cartográficas elaboradas a partir de produções coletivas, no que os autores Rana e Joliveau (2009) ao tratarem da renovação da cartografia tradicional, chamaram de crowdsourcing (produção coletiva), destacando o alcance da Neogeografia e das palavras chaves que são pontos em comum em sua concepção, como Web 2.0, informações geográficas voluntárias, redes sociais, Interface de Programação de Aplicação (API) de mapas de código aberto e crowdsourcing. Ainda, segundo Turner (2006) a Neogeografia é sobre pessoas usando e criando seus próprios mapas, sobre compartilhar informações de localização com pessoas, transmitindo compreensão por meio do conhecimento do lugar.

Neste sentido, considerando a participação social e as produções coletivas disponíveis na rede mundial de computadores, foram selecionadas duas fontes de dados construídas coletivamente por usuários interessados, a saber:

- a) Open Street Maps (OSM): desenvolvido por uma comunidade voluntária de mapeadores que contribuem e mantêm atualizados os dados sobre estradas, cursos hídricos, e diversas categorias de pontos de interesse por todo o mundo, o OSM ([www.openstreetmap.org](http://www.openstreetmap.org)) fornece dados abertos de mapa para sites, aplicativos móveis e dispositivos de hardware. A comunidade voluntária da plataforma OSM é composta por mapeadores entusiásticos, profissionais das áreas de sistemas geográficos, engenheiros que utilizam os servidores do OSM e outros (GEOFABRIK, 2023);
- b) Cachoeiras do Brasil: a comunidade “Cachoeiras do Brasil” é um canal que disponibiliza informações das cachoeiras em todo território nacional, além de dicas de trilhas, campings e ambientes para prática do ecoturismo. O canal está disponível nas mídias e redes sociais Youtube ([www.youtube.com/@cachoeirasdobrasil](http://www.youtube.com/@cachoeirasdobrasil)), Instagram, Facebook e Google Maps<sup>3</sup>, sendo neste último, disponibilizada a base de dados com as geolocalizações dos atrativos turísticos.

A utilização deste segundo grupo de fonte de dados cartográficos públicos e construídos de maneira coletiva, neste caso a partir das fontes “Open Street Maps” e “Cachoeiras do Brasil”, tem por objetivo a identificação de ambientes e pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza, como cachoeiras, corredeiras, praias, mirantes, serras, trilhas e demais ambientes ou paisagens cujo nome popular remete a locais para a prática de atividades em contato com a natureza.

---

<sup>3</sup> <https://www.google.com/maps/d/embed?mid=1ildLufMbOVjPfkqXn8G-Lprh-A8U9f9c>

Considerando a hipótese de que municípios goianos com atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, foi realizado o cruzamento da base cartográfica dos municípios goianos ausentes e presentes no Mapa do Turismo com as camadas destacadas acima, resultando na análise espacial sobre os municípios que possuem os atrativos relacionados ao turismo em natureza e sua condição no Mapa do Turismo Brasileiro do ano 2022.

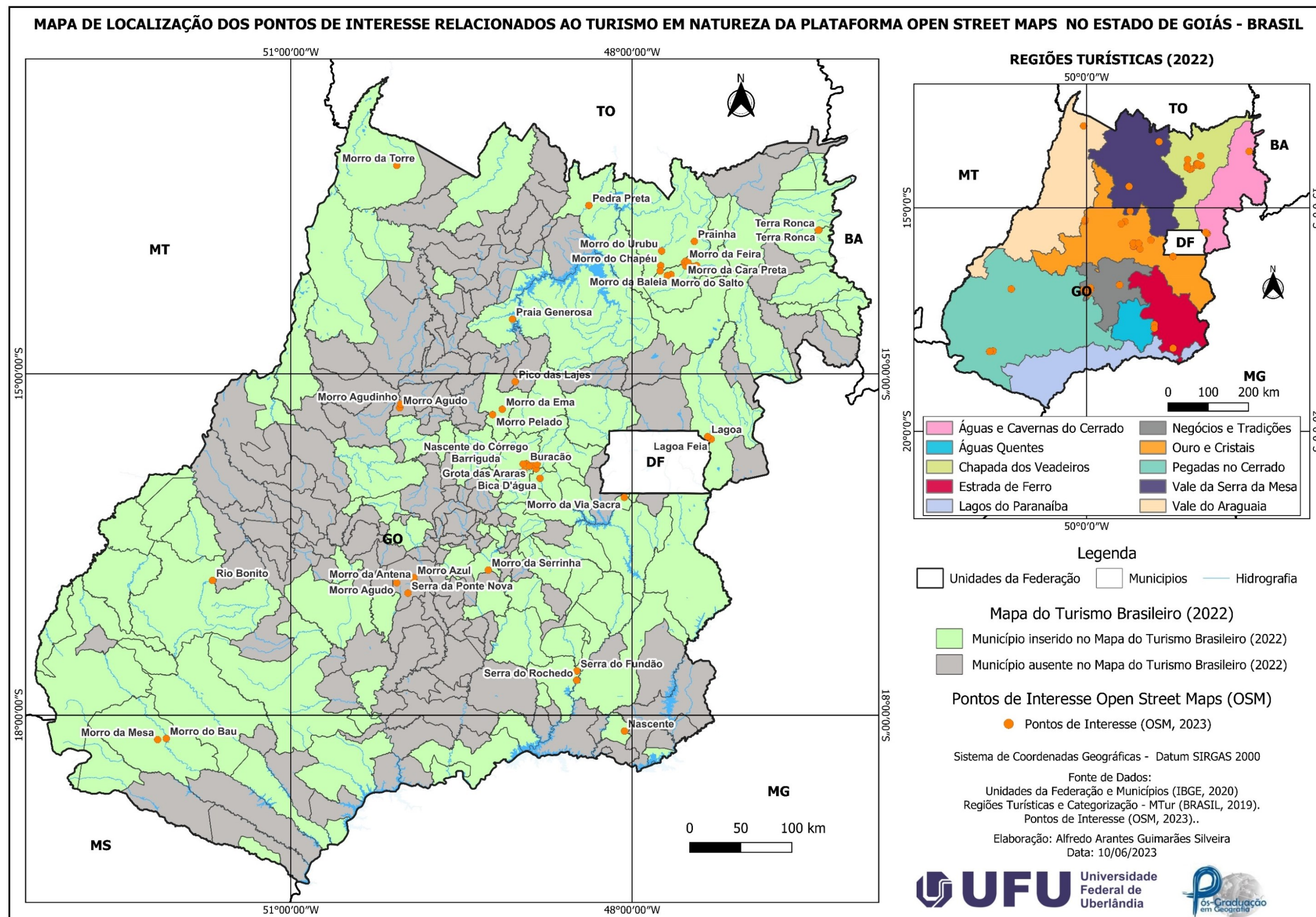
A base cartográfica disponibilizada junto ao OSM, espacializada no mapa 10, com o recorte para Goiás, apresentou inicialmente um universo de 2.611 pontos de interesse, que após aplicação de filtro e seleção apenas para aqueles que apresentavam nomenclatura relacionada ao turismo em natureza, foi reduzido a 46 pontos de interesse, que por sua vez estão localizados em 20 municípios goianos, sendo que destes, 17 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, o equivalente a 85% dos municípios identificados; e os outros 3 municípios com pontos de interesse da base OSM em seu território, representando 15% dos municípios mapeados, não fizeram parte do Mapa do Turismo em 2022. Os municípios que apresentaram pontos de interesse OSM e que não estão inseridos no Mapa do Turismo são: Palmeiras de Goiás, Morro Agudo de Goiás e Santa Rira do Novo Destino.

A base cartográfica disponibilizada junto ao canal “Cachoeiras do Brasil”, espacializada no mapa 11, com o recorte para Goiás, apresentou inicialmente 184 pontos de interesse, que após seleção para aqueles que apresentavam nomenclatura relacionada ao turismo em natureza, foi reduzido a 161 pontos de interesse nos municípios goianos.

O resultado específico para a os pontos de interesse do canal “Cachoeiras do Brasil”, espacializada no mapa 11, obteve 161 pontos de interesse, que estão localizados em 27 municípios goianos, sendo que destes, 21 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, o equivalente a 77,8% dos municípios identificados; e os outros 6 municípios com pontos de interesse, representando 22,2% dos municípios mapeados, não fizeram parte do Mapa do Turismo. Os municípios com pontos de interesse e que não estão inseridos no Mapa do Turismo são: Água Fria de Goiás, Planaltina, Monte Alegre de Goiás, Joviânia, Ceres e Inhumas.



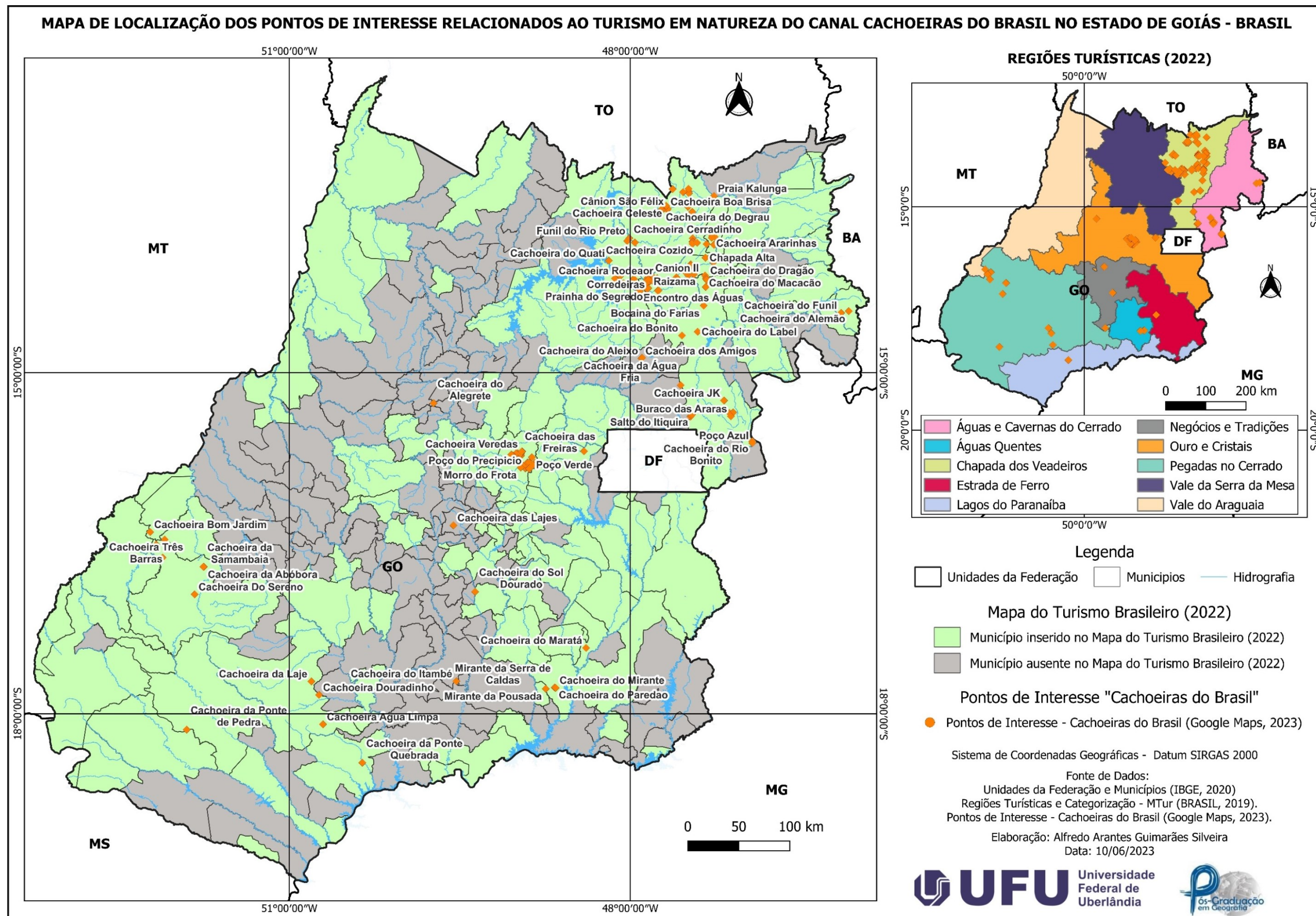
Mapa 10 - Mapa de localização dos pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza da plataforma Open Street Maps no estado de Goiás



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).



Mapa 11 - Mapa de localização dos pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza no canal Cachoeiras do Brasil no estado de Goiás



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Em uma análise integrada, avaliando os resultados da espacialização dos dois grupos de informações cartográficas: (I) base de dados públicos e oficiais disponibilizados por instituições do governo Estadual e do governo Federal; e (II) base de dados públicos e não oficiais, produzidos coletivamente (crowdsourcing), destacamos o registro de mais de um atrativo turístico relacionado ao turismo em natureza especificamente em municípios goianos que não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, são eles, com a indicação da repetição:

- a) Água Fria de Goiás = 2 registros de atrativos turísticos;
- b) Água Limpa = 2 registros de atrativos turísticos;
- c) Águas Lindas de Goiás = 2 registros de atrativos turísticos;
- d) Cabeceiras = 2 registros de atrativos turísticos;
- e) Campinaçu = 2 registros de atrativos turísticos;
- f) Crixás = 2 registros de atrativos turísticos;
- g) Goianápolis = 2 registros de atrativos turísticos;
- h) Monte Alegre de Goiás = 2 registros de atrativos turísticos;
- i) Palmeiras de Goiás = 3 registros de atrativos turísticos;
- j) Planaltina = 3 registros de atrativos turísticos;
- k) Santa Rita do Novo Destino = 3 registros de atrativos turísticos;
- l) Teresópolis de Goiás = 2 registros de atrativos turísticos.

O resultado alcançado, assim como nas outras análises espaciais realizadas para as outras categorias e fontes de dados, neste caso a partir de localidades mapeadas através de dados públicos aos usuários da rede mundial de computadores, demonstrou que municípios com ambientes que possuem sinergia com atividades voltadas ao turismo em natureza não estavam inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022, reforçando os resultados obtidos nas análises realizadas com os prestadores de serviços do setor turístico e com as postagens na rede social Instagram do perfil @goiasturismo.



# CONCLUSÃO

Mirante da Trilha do Cristo – Três Ranchos  
Região Turística Lagos do Paranaíba

Fonte: Ribeiro (2023)

Ver: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-trekking/tres-ranchos-56194397/photo-37557963>

## 6 CONCLUSÃO

A pesquisa foi norteadada pela hipótese de que a metodologia estabelecida pelo Ministério do Turismo para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro poderia subdimensionar o potencial turístico existente no estado de Goiás, uma vez que ao considerar basicamente critérios administrativos, normativos e econômicos, desvaloriza o ator principal do potencial turístico, o atrativo turístico em si. Neste sentido, para buscar respostas à hipótese colocada, foram definidos os objetivos geral e específicos, que, ao serem alcançados, trouxeram dados que responderam à hipótese apresentada na pesquisa, resultando na tese defendida.

A construção da tese, demonstrou a importância das políticas públicas do setor turístico, realizando um resgate histórico nas escalas federal e estadual, destacando o papel do Ministério do Turismo e dos instrumentos da Política Nacional de Turismo, com a evolução das versões do Plano Nacional de Turismo e com a consolidação das políticas de descentralização da gestão pública do setor através do Plano Nacional de Municipalização do Turismo e posteriormente com o Programa de Regionalização do Turismo, com suas ações sustentadas por um sistema de gestão compartilhada e estruturado nos níveis nacional, estadual, de regiões e municipal.

A metodologia utilizada para a construção do Mapa do Turismo Brasileiro, para definição das Regiões Turísticas e para a Categorização dos Municípios, processos estes normatizados pelo Ministério do Turismo, foi objeto de análise, dando sustentação para a discussão da hipótese apresentada.

A análise do processo de Categorização dos Municípios do Mapa do Turismo Brasileiro, instrumento elaborado pelo MTur para identificar o desempenho econômico do setor nos municípios, construído a partir da coleta de dados oficiais relacionadas à economia do turismo, demonstrou a eficiência metodológica da técnica de cluster com o efetivo agrupamento dos municípios que apresentaram médias similares para todas variáveis econômicas pré determinadas, entretanto, a análise comparativa realizada entre as fontes dos dados empregados no processo de Categorização e os dados do Cadastur demonstrou claramente a necessidade de utilização de dados atualizados pelo Ministério do Turismo, de modo a garantir uma avaliação justa frente ao desempenho econômico dos municípios inseridos no Mapa do Turismo.

A análise e a avaliação dos dados, paralelamente, trouxe importantes reflexões sobre os destinos turísticos retratando a realidade econômica do setor no período da pandemia do COVID-19 entre os anos de 2020 e 2022, demonstrando forte retração na quantidade de meios de hospedagem existentes nos municípios turísticos voltados ao turismo de negócios e o crescimento na quantidade de estabelecimentos hoteleiros nos municípios que se destacam

pelas atividades do turismo em natureza, refletindo, neste período, que a busca por práticas turística com distanciamento social se mostraram uma opção ao turista e uma oportunidade de negócio ao setor.

Avançando no processo de pesquisa, tendo como recorte territorial o estado de Goiás e como objeto de análise as localidades e as atividades que possuem sinergia com o turismo em natureza foram realizadas análises espaciais a partir de postagens da rede social Instagram com geotags associadas, bases cartográficas e informações oficiais de órgãos públicos e ainda, bases cartográficas construídas em processos de mapeamento colaborativo, com o propósito de confrontar o potencial turístico mapeado com a presença ou ausência dos municípios goianos no Mapa do Turismo Brasileiro.

A sustentação teórica para a realização das análises espaciais, deu-se com a compreensão do uso das Tecnologias da Informação (TICs) e das Tecnologias de Informação Geográfica (TIGs) no desenvolvimento territorial no que López (2017) conceituou como as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs). A popularização do acesso a estas novas tecnologias baseadas em atributos geográficos e as possibilidades que oferecem aos usuário de obter e compartilhar informações espaciais através de computadores e smartphones com acesso a internet foram objeto de análise na discussão sobre o processo de renovação da cartografia tradicional e no debate sobre a construção de uma identidade para a Neogeografia, destacado pelos autores Rana e Joliveau (2009), Capel (2010), Turner (2006), Nunes (2013) e Fernandes e Graça (2014).

O processo de desenvolvimento metodológico a partir do uso de dados geográficos das redes sociais demonstrou as diversas possibilidades de aplicação para o planejamento turístico, tendo como referência os trabalhos de Chua e outros (2016), Kim e outros (2019), Li e outros (2021), López (2015), Oliveira (2013), Orsi e Geneletti (2013), García-Palomares, Gutiérrez e Mínguez (2015) e Toivonen e outros (2019), com o uso de diferentes métodos de obtenção e do uso das informações, demonstrando ainda as dificuldades no processo de mineração de dados e a necessidade de evolução nos métodos de pesquisa e investigação no âmbito da Ciência Geográfica.

A espacialização do atrativos do turismo em natureza no estado de Goiás a partir do perfil @goiasturismo no Instagram, após confirmação de elevado índice de confiabilidade nos dados avaliados por amostragem, permitiu alcançar resultados importantes, demonstrando que do universo de 40 municípios que apresentaram uma ou mais postagens relacionadas ao turismo em natureza, 10 municípios não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro, comprovando que parte dos municípios que possuem atrativos turísticos relacionados ao turismo em natureza,

estiveram à margem das políticas públicas relacionadas ao Programa de Regionalização do Turismo Brasileiro por não fazerem parte do Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022, confirmando a hipótese de que os critérios para inserção de municípios no Mapa do Turismo, ao considerarem exclusivamente fatores administrativos, normativos e econômicos, excluí municípios que possuem ambientes e paisagens com potencial ao desenvolvimento de atividades ligadas ao turismo em natureza.

O mapeamento dos prestadores de serviços turísticos cadastrados junto ao sistema Cadastur, especificamente para as categorias de acampamentos turísticos, guias de turismo e atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva, apontou que dos 17 municípios que possuem acampamentos turísticos cadastrados, 16 integraram o Mapa do Turismo e 1 município não integrou o Mapa do Turismo no ano de 2022. A análise dos guias de turismo, demonstrou que dos 18 municípios que possuem este profissional cadastrado no Cadastur, 13 integraram o Mapa do Turismo e 5 municípios não integraram o Mapa do Turismo no ano de 2022. Ainda, a avaliação das atividades de apoio ao turismo náutico ou pesca desportiva cadastradas, indicou que dos 9 municípios que apresentaram as atividades relacionadas, 8 municípios integraram o Mapa do Turismo Brasileiro e 1 município, não esteve presente no Mapa do Turismo do ano de 2022. Os resultados comprovaram, mesmo em menor índice, a existência de municípios que mesmo possuindo profissionais ou estabelecimentos que atuam em atividades relacionados ao turismo em natureza também não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022.

A espacialização dos prestadores de serviços turísticos cadastrados junto ao sistema Cadastur, por outro lado, trouxe resultados que confirmaram a presença de acampamentos turísticos e de guias de turismo em municípios que se destacam pelas atividades do turismo em natureza como Alto Paraíso de Goiás, Teresina de Goiás, São João da Aliança, Cavalcante, Colinas do Sul, Pirenópolis, Goiás e Formosa, além da presença das atividades de apoio ao turismo náutico e pesca desportiva nos municípios de São Simão, Itumbiara e Três Ranchos às margens de reservatórios de hidrelétricas no rio Paranaíba; Niquelândia, nas proximidades do reservatório hidrelétrico de Serra da Mesa; e Britânia e Aruanã, às margens do rio Araguaia.

Os resultados obtidos até então já confirmavam a hipótese colocada, de que municípios goianos com atrativos e atividades turísticas relacionadas ao turismo em natureza não integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022, todavia, para reforçar as respostas obtidas, realizou-se o mapeamento de ambientes e localidades com potencial ao desenvolvimento do turismo em natureza, a partir de dois grupos de fontes de informações cartográficas, sendo uma fonte com dados públicos e oficiais disponibilizados por instituições do governo Estadual e do governo Federal e outra fonte, com dados públicos e não oficiais,

produzidos coletivamente (crowdsourcing) e disponibilizados na rede mundial de computadores.

O mapeamento do primeiro grupo, realizou o cruzamento dos municípios goianos com representação cartográfica de Unidades de Conservação Estaduais e Federais, Cavernas Naturais Subterrâneas, Geoparques, Sítios Geológicos e Paleontológicos, além dos reservatórios artificiais para a produção de energia hidroelétrica e trechos navegáveis dos rios Paranaíba e Araguaia, considerando serem ambientes diretamente ligados ao turismo em natureza. A análise das Unidades de Conservação, demonstrou 46 municípios possuem UCs, sendo que destes, 35 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022 e os demais 11 municípios com UCs em seu território não fizeram parte do Mapa do Turismo. A avaliação para as demais camadas analisadas indicou a presença de 1092 Cavernas Naturais Subterrâneas, 1 Geoparque e 10 Sítios Geológicos e Paleontológicos distribuídos em 58 municípios, sendo que destes, 36 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022 e os demais 22 municípios mapeados não integraram o Mapa do Turismo. Ainda, a seleção dos reservatórios artificiais e dos trechos livres e navegáveis nos rios Paranaíba e Araguaia, detectados em 75 municípios do Estado, apontou que 43 integraram o Mapa do Turismo e os outros 32 municípios não fizeram parte do Mapa do Turismo em 2022.

O segundo grupo, composto pelas informações cartográficas elaboradas a partir de produções colaborativas a partir das fontes “Open Street Maps” e “Cachoeiras do Brasil”, realizou o cruzamento dos municípios goianos com os pontos de interesse relacionados ao turismo em natureza, como cachoeiras, corredeiras, praias, mirantes, serras, trilhas e demais ambientes ou paisagens cujo nome popular remete a locais para a prática de atividades em contato com a natureza. A avaliação com a base cartográfica OSM, apresentou 46 pontos de interesse localizados em 20 municípios, sendo que destes, 17 integraram o Mapa do Turismo Brasileiro e os outros 3 municípios não fizeram parte do Mapa do Turismo em 2022. O resultado para a os pontos de interesse do canal “Cachoeiras do Brasil” obteve 161 pontos de interesse localizados em 27 municípios, sendo que destes, 21 integraram o Mapa do Turismo e os outros 6 municípios não fizeram parte do Mapa do Turismo Brasileiro no ano de 2022.

Em uma análise integrada e conclusiva, avaliando os resultados da espacialização dos municípios do estado de Goiás para as categorias (I) postagens do perfil @goiasturismo na rede social Instagram; (II) prestadores de serviços turísticos cadastrados junto ao sistema Cadastur; (III) bases cartográficas oficiais de unidades de conservação, cavernas naturais subterrâneas, geoparques, sítios geológicos e paleontológicos, reservatórios artificiais e trechos navegáveis; e (IV) bases cartográficas colaborativas da plataforma “open street maps” e do canal



“cachoeiras do brasil”, destacamos a presença, sem valoração de quantidade, destas categorias (I a IV) relacionadas ao turismo em natureza em 145 municípios do Estado de Goiás, conforme distribuição apresentada no quadro 6 e espacializada no mapa 12:

Quadro 6 – Municípios goianos e a presença de atrativos do turismo em natureza.

MUNICÍPIOS GOIANOS	MAPA DO TURISMO BRASILEIRO 2022	(I) POSTAGEM INSTAGRAM	(II) PRESTADORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS	(III) BASE CARTOGRÁFICA OFICIAL	(IV) BASE CARTOGRÁFICA COLABORATIVA
Abadia de Goiás					
Abadiânia	X	X		X	
Acreúna					
Adelândia					
Água Fria de Goiás				X	X
Água Limpa				X	
Águas Lindas de Goiás				X	
Alexânia	X	X		X	
Aloândia					
Alto Horizonte					
Alto Paraíso de Goiás	X	X	X	X	X
Alvorada do Norte				X	
Amaralina					
Americano do Brasil					
Amorinópolis					
Anápolis	X		X	X	
Anhanguera				X	
Anicuns	X		X	X	
Aparecida de Goiânia			X		
Aparecida do Rio Doce					
Aporé				X	
Araçu					
Aragarças	X			X	
Aragoiânia					
Araguapaz					
Arenópolis				X	
Aruanã	X		X	X	
Aurilândia	X		X		
Avelinópolis					
Baliza	X	X		X	
Barro Alto				X	
Bela Vista de Goiás	X			X	
Bom Jardim de Goiás	X				X
Bom Jesus de Goiás				X	
Bonfinópolis	X				
Bonópolis					
Brazabrantes					
Britânia	X		X	X	
Buriti Alegre	X			X	
Buriti de Goiás	X			X	
Buritinópolis	X			X	
Cabeceiras				X	

Cachoeira Alta				X	
Cachoeira de Goiás				X	
Cachoeira Dourada	X			X	
Caçu	X			X	
Caiapônia	X	X		X	X
Caldas Novas	X	X	X	X	X
Caldazinha				X	
Campestre de Goiás					
Campinaçu				X	
Campinorte				X	
Campo Alegre de Goiás				X	
Campo Limpo de Goiás			X	X	
Campos Belos				X	
Campos Verdes	X				
Carmo do Rio Verde					
Castelândia					
Catalão				X	
Caturai					
Cavalcante	X	X	X	X	X
Ceres			X		X
Cezarina		X			
Chapadão do Céu	X	X		X	
Cidade Ocidental					
Cocalzinho de Goiás	X	X	X	X	X
Colinas do Sul	X		X	X	X
Córrego do Ouro					
Corumbá de Goiás	X	X	X	X	X
Corumbáiba				X	
Cristalina	X			X	
Cristianópolis					
Crixás		X		X	
Cromínia					
Cumari				X	
Damianópolis	X			X	
Damolândia					
Davinópolis				X	
Diorama					
Divinópolis de Goiás	X			X	
Doverlândia	X			X	
Edealina					
Edéia					
Estrela do Norte					
Faina				X	
Fazenda Nova					
Firminópolis					
Flores de Goiás	X			X	
Formosa	X	X	X	X	X
Formoso				X	
Gameleira de Goiás					
Goianápolis				X	
GoianDIRA	X			X	X
GoianÉSIA	X				X

Goiânia	X		X	X	X
Goianira					
Goiás	X		X	X	
Goiatuba		X			
Gouvelândia				X	
Guapó			X		
Guaraíta					
Guarani de Goiás	X			X	
Guarinos		X			
Heitorai					
Hidrolândia	X	X			X
Hidrolina		X			
Iaciara				X	
Inaciolândia				X	
Indiara				X	
Inhumas			X		X
Ipameri	X			X	
Ipiranga de Goiás					
Iporá				X	
Israelândia				X	
Itaberai		X		X	
Itaguari					
Itaguaru					
Itajá				X	
Itapaci					
Itapirapuã					
Itapuranga	X	X			
Itarumã				X	
Itauçu					
Itumbiara	X		X	X	
Ivolândia					
Jandaia	X				
Jaraguá	X			X	
Jataí	X			X	X
Jaupaci					
Jesópolis					
Joviânia					X
Jussara				X	
Lagoa Santa	X	X			
Leopoldo de Bulhões	X				
Luziânia	X			X	
Mairipotaba					
Mambaí	X	X		X	X
Mara Rosa					
Marzagão				X	
Matrinchã					
Maurilândia	X				
Mimoso de Goiás				X	
Minaçu	X	X		X	X
Mineiros	X	X	X	X	
Moiporá					
Monte Alegre de Goiás				X	X

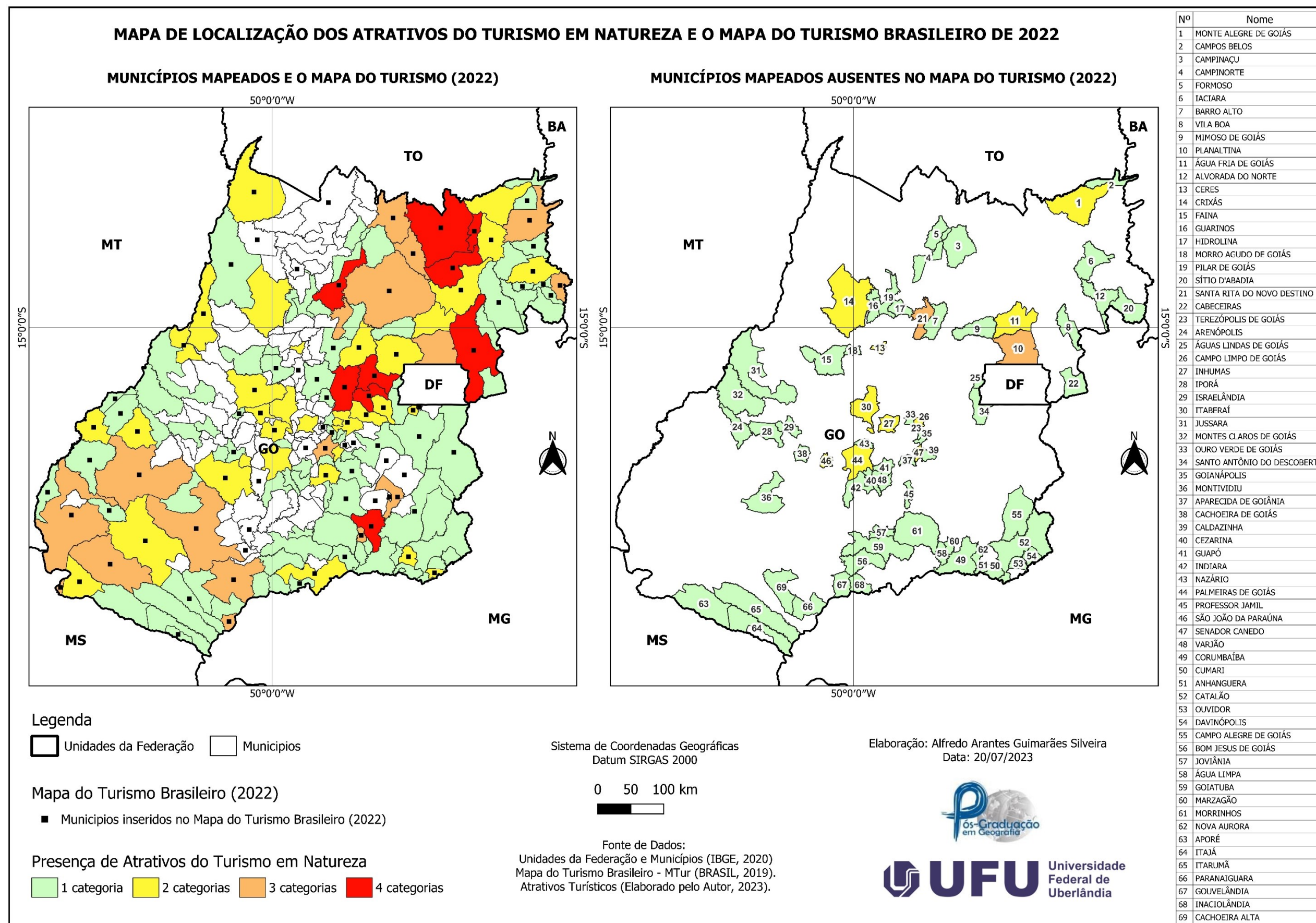
Montes Claros de Goiás				X	
Montividiu				X	
Montividiu do Norte					
Morrinhos				X	
Morro Agudo de Goiás					X
Mossâmedes	X	X		X	
Mozarlândia					
Mundo Novo	X				
Mutunópolis					
Nazário				X	
Nerópolis	X			X	
Niquelândia	X		X	X	X
Nova América					
Nova Aurora				X	
Nova Crixás	X			X	
Nova Glória					
Nova Iguaçu de Goiás					
Nova Roma	X	X		X	
Nova Veneza	X				
Novo Brasil					
Novo Gama	X			X	X
Novo Planalto					
Orizona	X				
Ouro Verde de Goiás				X	
Ouvidor				X	
Padre Bernardo	X	X		X	
Palestina de Goiás					
Palmeiras de Goiás				X	X
Palmelo	X				
Palminópolis					
Panamá					
Paranaiguara				X	
Paraúna	X	X		X	
Perolândia	X			X	
Petrolina de Goiás					
Pilar de Goiás				X	
Piracanjuba	X			X	
Piranhas	X			X	X
Pirenópolis	X	X	X	X	X
Pires do Rio	X		X	X	X
Planaltina		X		X	X
Pontalina					
Porangatu	X				
Porteirão					
Portelândia					
Posse	X	X		X	
Professor Jamil		X			
Quirinópolis	X	X		X	X
Rialma					
Rianópolis					
Rio Quente	X		X	X	X
Rio Verde	X		X	X	X

Rubiataba					
Sanclerlândia					
Santa Bárbara de Goiás					
Santa Cruz de Goiás	X				
Santa Fé de Goiás					
Santa Helena de Goiás					
Santa Isabel					
Santa Rita do Araguaia	X			X	
Santa Rita do Novo Destino		X		X	X
Santa Rosa de Goiás					
Santa Tereza de Goiás					
Santa Terezinha de Goiás					
Santo Antônio da Barra					
Santo Antônio de Goiás					
Santo Antônio do Descoberto				X	
São Domingos	X	X		X	X
São Francisco de Goiás	X			X	
São João da Paraúna				X	X
São João D'aliança	X		X	X	
São Luís de Montes Belos					
São Luiz do Norte					
São Miguel do Araguaia	X			X	X
São Miguel do Passa Quatro					
São Patrício					
São Simão	X	X	X	X	
Senador Canedo			X	X	
Serranópolis	X	X		X	X
Silvânia	X			X	
Simolândia	X			X	
Sítio D'abadia				X	
Taquaral de Goiás					
Teresina de Goiás	X	X	X	X	X
Terezópolis de Goiás				X	
Três Ranchos	X		X	X	
Trindade	X				
Trombas					
Turvânia					
Turvelândia	X				
Uirapuru					
Uruaçu	X	X	X	X	X
Uruana	X				
Urutaí					
Valparaíso de Goiás	X				
Varjão		X			
Vianópolis	X				
Vicentinópolis					
Vila Boa				X	
Vila Propício	X	X		X	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).



Mapa 12 – Mapa de localização dos atrativos do turismo em natureza e situação dos municípios goianos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2022.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Os resultados apresentados no quadro 6 e espacializados no mapa 12, demonstraram a existência do potencial para a prática de atividades que possuem sinergia com o turismo em natureza em 145 municípios do Estado de Goiás, representando 58,9% dos 246 municípios goianos. Além da identificação do potencial em mais da metade dos municípios do Estado, destaca-se que destes 145 municípios, 69 não estavam presentes no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022, que contou com a participação de 92 municípios goianos, indicando que, as políticas públicas de inclusão de novos municípios no Mapa do Turismo podem ter melhores resultados a partir de uma gestão mais próxima e inclusiva da Goiás Turismo junto aos municípios.

Considerando a espacialização dos municípios do estado de Goiás para as categorias I, II, III e IV, relacionadas ao turismo em natureza, que resultou na identificação de 69 municípios que não integraram o Mapa do Turismo no ano de 2022 e que apresentaram algum potencial para a prática de atividades que possuem sinergia com o turismo em natureza, ao realizar o recorte apenas para os municípios que apresentaram mais de uma das categorias mapeadas, foram identificados doze municípios que possuem mais de um atributo relacionado ao turismo em natureza, são eles, com a indicação de repetição: Planaltina (3); Santa Rita do Novo Destino (3); Água Fria de Goiás (2); Campo Limpo de Goiás (2); Ceres (2); Crixás (2); Inhumas (2); Itaberaí (2); Monte Alegre de Goiás (2); Palmeiras de Goiás (2); São João da Paraúna (2) e Senador Canedo (2), municípios que, pela existência de mais de uma categoria analisada, devem ser prioritários nas ações do Estado para fomento das políticas públicas de gestão do setor turístico e de estruturação do executivo municipal.

O resultado alcançado, a partir da análise de todas as variáveis avaliadas neste trabalho, consolida o diagnóstico de que municípios com ambientes que possuem sinergia com atividades voltadas ao turismo em natureza não estavam inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2022 e confirma a hipótese de que a metodologia estabelecida pelo Ministério do Turismo para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro subdimensiona o potencial turístico existente ao considerar apenas critérios administrativos, normativos e econômicos, em detrimento do protagonista do potencial turístico, o atrativo turístico em si, aquele que motiva o turista a se deslocar, buscando descanso, lazer e qualidade de vida através do contato com a natureza.

# CHEGADA OU PRÓXIMO DESTINO?



Antiga Ponte Ferroviária – Rio Corumbá  
Região Turística da Estrada de Ferro

## 7 CHEGADA OU PRÓXIMO DESTINO?

A construção da tese, assim como no processo de evolução da ciência Geográfica, deve transpor as margens concretadas do simples diagnóstico e da avaliação crítica dos resultados, etapas importantes no processo científico, todavia, o retorno a sociedade sobre o investimento público na ciência, deve, a partir deste ponto, buscar soluções aos problemas colocados, propor sugestões, conduzindo a melhoria dos processos.

A confirmação da hipótese apresentada, fio condutor da pesquisa e agente provocador do pesquisador em busca de resultados, comprovou que o processo de construção do Mapa do Turismo Brasileiro, importante instrumento da Política Nacional do Turismo, ainda não representa em sua totalidade o verdadeiro potencial turístico existente nos municípios do estado de Goiás, demonstrando que a metodologia estabelecida para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo subdimensiona o potencial turístico existente ao considerar apenas critérios administrativos, normativos e econômicos, subvalorizando o atrativo turístico em si.

A metodologia utilizada nesta tese, pode e deve, ser aperfeiçoada e aplicada em outros estados em território nacional, de forma que, ao final do processo, na chegada desta jornada científica, se tenha um instrumento de desenvolvimento do turismo brasileiro que de fato represente espacialmente todo o potencial turístico do país e permita que o turista, brasileiro ou estrangeiro, possa, através das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, utilizar o Mapa do Turismo Brasileiro e percorrer todo o território nacional, em busca dos mais diversos atrativos turísticos em natureza.

A partir da devida mensuração e mapeamento do potencial turístico no processo de construção do Mapa do Turismo Brasileiro, espera-se que novos municípios goianos, além dos apresentados nesta tese, também estejam inseridos nas políticas públicas do setor turístico e que a partir daí, busquem recursos para a estruturação e aperfeiçoamento na gestão do turismo a nível municipal, refletindo que o Mapa do Turismo não deve ser o ponto de chegada, mas sim, uma etapa para o próximo destino, o caminho para o desenvolvimento social e econômico, de forma sustentável, a partir do turismo.



# REFERÊNCIAS



Rio Araguaia – São Miguel do Araguaia  
Região Turística Vale do Araguaia

Fonte: Rodrigues 25 (2023).

Ver: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-lancha/pescaria-no-lago-grande-73774303/photo-48382641>

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Carlos Amaral de. **Foto de Cachoeira do Abade**. [S. l.], 2023. Portal: Wiloc. Disponível em: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-trekking/cachoeira-do-abade-cachoeira-do-sossego-cachoeira-do-landi-cachoeira-do-canyon-aquario-mirantes-pir-99860934/photo-65270522>. Acesso em: 20 jan. 2023.
- ARAÚJO, Cíntia M.; TASCHNER, Gisela. Turismo e políticas públicas. *In*: BENI, Mario C. (org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Manole, 2012. p. 10-24.
- ASSUNÇÃO, Paulo de. **História do Turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura**. Barueri: Manole, 2012.
- AZEVEDO, W. **Antiga ponte ferroviária sobre o Rio Corumbá**. Google, 2012. Disponível em: <https://goo.su/W2cgeA4>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- BARBOSA, Alda Monteiro. **Subsídios para o planejamento em ecoturismo na região do médio Rio Grande, Minas Gerais, utilizando geoprocessamento e sensoriamento remoto**. 2003. Dissertação (Mestrado) - Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, São José dos Campos, 2003. Disponível em: [http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/INPE\\_155bf7524dfa2a7c3bc3b373d241d847](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/INPE_155bf7524dfa2a7c3bc3b373d241d847). Acesso em: 10 jul. 2021.
- BARBOSA, Luciana Maciel. **Redes de territórios solidários do turismo comunitário: políticas para o desenvolvimento local no Ceará**. 2011. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011. Disponível em: [http://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/60/2011/05/luciana\\_maciel\\_dissertacao.pdf](http://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/60/2011/05/luciana_maciel_dissertacao.pdf). Acesso em: 10 jul. 2021.
- BLANCO, Enrique Sergio. O turismo rural em áreas de agricultura familiar: as “novas ruralidades” e a sustentabilidade do desenvolvimento local. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.4, n. 3, 2004. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/texto-5363c74335191.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2019.
- BRASIL. **Lei nº 11.771 de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico [...]. Brasília, DF: Casa Civil, 2008. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm). Acesso em: 3 abr. 2023.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Cadastro Nacional de Informações Espeleológicas**. Brasília, DF, 2022a. Disponível em: [www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/centros-de-pesquisa/cecav/cadastro-nacional-de-informacoes-espeleologicas/canie](http://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/centros-de-pesquisa/cecav/cadastro-nacional-de-informacoes-espeleologicas/canie). Acesso em: 10 maio 2023.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Base cartográfica das unidades de conservação**. Brasília, DF, 2023a. Disponível em: <http://mapas.mma.gov.br/i3geo/datadownload.htm>. Acesso em: 10 maio 2023.



BRASIL. Ministério do Trabalho e Previdência. **Nota Técnica**. Relação Anual de Informações Sociais, ano-base 2021. Brasília, DF, 2022b. Disponível em: [http://pdet.mte.gov.br/images/RAIS/2021/Nota\\_T%C3%A9cnica\\_RAIS\\_2021.pdf](http://pdet.mte.gov.br/images/RAIS/2021/Nota_T%C3%A9cnica_RAIS_2021.pdf). Acesso em: 30 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos**. Brasília, DF, 2022c. Disponível em: <http://dados.turismo.gov.br/cadastur>. Acesso em: 30 mai. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**. Brasília, DF, 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/destinos-turisticos-inteligentes-dti>. Acesso em: 30 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estratégias territoriais para o desenvolvimento turístico**. Brasília, DF, 2022d. Disponível em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=88&Itemid=271](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=271). Acesso em: 30 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de demanda doméstica**. Brasília, DF, 2022e. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-domestica>. Acesso em 30 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de demanda internacional**. Brasília, DF, 2022f. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-internacional-1>. Acesso em: 30 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo**: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos . Brasília, DF, 2018a. Disponível em: [www.each.usp.br/turismo/livros/glossario\\_do\\_turismo\\_MTUR.pdf](http://www.each.usp.br/turismo/livros/glossario_do_turismo_MTUR.pdf). Acesso em: 10 maio 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **O impacto da pandemia de Covid-19 nos setores de Turismo e Cultura do Brasil**: dados e Informações do Turismo no Brasil. Brasília, DF, 2021b. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/revistas/DIVULGACAO\\_Revista\\_Dados\\_e\\_Informacoes\\_A1\\_2ed\\_jun2021\\_\\_\\_compressed.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/revistas/DIVULGACAO_Revista_Dados_e_Informacoes_A1_2ed_jun2021___compressed.pdf). Acesso em: 15 dez. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**. Brasília, DF, 2022g. Disponível em: <http://dados.turismo.gov.br/mapa-do-turismo-brasileiro>. Acesso em: 9 ago. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**: 2016. Brasília, DF, 2016. Disponível em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/Livreto\\_MapTurismoBrasileiro2016.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/Livreto_MapTurismoBrasileiro2016.pdf). Acesso em: 9 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**: 2017. Brasília, DF, 2017. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/Mapa%202017.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**: 2019. Brasília, DF, 2019. Disponível em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/LIVRO\\_Map.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/LIVRO_Map.pdf). Acesso em: 9 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**: 2019: perguntas e respostas. Brasília, DF, 2019. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas%20e%20respostas%20%202019%20-%20APROVADO.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**: 2023. Brasília, DF, 2023b. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 9 abr. 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. Brasília, 2018b. Disponível em: [www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html](http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html). Acesso em: 10 ago. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Portaria nº 41, de 24 de novembro de 2021**. Brasília, DF, 2021c. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/atos-normativos-2/2021-1/portaria-mtur-no-41-de-24-de-novembro-de-2021>. Acesso em: 10 jan. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo**. Brasília, DF, 2013. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa\\_de\\_regionalizacao\\_do\\_turismo\\_-\\_diretrizes.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa-de-regionalizacao-do-turismo/programa_de_regionalizacao_do_turismo_-_diretrizes.pdf). Acesso em: 10 jan. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-e-o-mercado.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.

BRASIL. Tribunal de Contas da União. **Avaliação do TCU sobre o programa desenvolvimento do turismo no nordeste**. Brasília, DF: TCU, 2004. Disponível em: <https://portal.tcu.gov.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A8182A24F0A728E014F0AE278455AEF>. Acesso em: 20 nov. 2019.

BURSZTYN, Ivan; BARTHOLO, Roberto; DELAMARO, Mauricio. Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (org.). **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 76-91. Disponível em: [http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo\\_de\\_base\\_comunitaria\\_bartholo\\_sansolo\\_burszyn.pdf](http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_de_base_comunitaria_bartholo_sansolo_burszyn.pdf). Acesso em: 20 nov. 2019.

CALDERWOOD, Lauren Uppink; SOSHKIN, Maksim. The travel & tourism competitiveness report 2019: travel and tourism at a tipping point. In: WORLD ECONOMIC

FORUM, Geneva, 2019. **Insight Report** [...].Geneva, 2019. Disponível em: [www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf). Acesso em 22 jul. 2020.

CAPEL, Horacio. Geografia da rede no início da terceira milênio: por uma ciência de solidariedade e colaboração. **Scripta Nova. Revista Eletrônica de Geografia e Ciências Sociais**, Barcelona, v. 14, n. 313, feb. 2010. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-313.htm>. Acesso em: 10 fev. 2023.

CARVALHO, Gisélia Lima. **A política de turismo no Estado de Goiás: um estudo sobre as escalas institucionais de intervenção**. 2015. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/20286/1/2015\\_tese\\_glcarvalho.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/20286/1/2015_tese_glcarvalho.pdf). Acesso em 17 abr. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHUA, Alvin; SERVILLO, Loris; MARCHEGGIANI, Ernesto; VANDE MOERE, Andrew. Mapping cilento: using geotagged social media data to characterize tourist flows in southern Italy. **Tourism Management**, London, v. 57, p. 295–310, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517716301005?via%3Dihub>. Acesso em: 15 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.013>.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Turismo, produção do espaço e desenvolvimento desigual: para pensar a realidade brasileira. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 92-107. Disponível em: [http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo\\_de\\_base\\_comunitaria\\_bartholo\\_sansolo\\_burszty.pdf](http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_de_base_comunitaria_bartholo_sansolo_burszty.pdf). Acesso em: 20 nov. 2019.

CUNHA, Cicero L. **Foto de Torixoreu cachoeira do Lafetal: cânio 2**. [S. l.], 2023. Portal: Wiloc. Disponível em: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-lancha/torixoreu-cachoeira-do-lafetal-41066698/photo-26691033>. Acesso em: 20 jan. 2023.

FERNANDES, Manoel do Couto; GRAÇA, Alan José. Salomão. Conceito e aplicações cartográficas diante das necessidades da cartografia turística. In: ARANHA, Raphael de Carvalho; GUERRA, Antonio José Teixeira (org.). **Geografia aplicada ao turismo**. 1. ed. São Paulo: Oficina de Textos, 2014, v.1, p. 28-55. Disponível em: <http://ofitexto.arquivos.s3.amazonaws.com/Geografia-aplicada-ao-turismo-DEG.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2019.

FERNANDES, Manoel do Couto; MENEZES, Paulo Márcio Leal de; SILVA, Marcus Vinicius Loureiro Carvalho da. Cartografia e turismo: discussão de conceitos aplicados às necessidades da cartografia turística. **Revista Brasileira de Cartografia**, [S. l.], v. 60, n. 1, p. 1-8. 2008. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/revistabrasileiracartografia/article/view/44878>. Acesso em: 15 jan. 2010. DOI: <https://doi.org/10.14393/rbcv60n1-44878>.

FIORI, Sérgio Ricardo. **Mapas para o turismo e a interatividade: proposta teórica e prática**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em:

[https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8135/tde-03042008-143859/publico/TESE\\_SERGIO\\_RICARDO\\_FIORI.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8135/tde-03042008-143859/publico/TESE_SERGIO_RICARDO_FIORI.pdf). Acesso em: 15 jan. 2010.

FOTIS, John; BUHALIS, Dimitrios; ROSSIDES, Nicos. Social media use and impact during the holiday travel planning process. *In*: FUCHS, Matthias; RICCI, Francesco; CANTONI, Lorenzo (ed.). **Information and communication technologies in tourism**. Vienna: Springer, 2012. p. 13-24. Disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-7091-1142-0>. Acesso em: 23 ago. 2021. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-7091-1142-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-7091-1142-0_2).

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Impacto econômico do Covid-19**: propostas para o turismo brasileiro. Rio de Janeiro: FGV, 2020. Disponível em: [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19\\_impactoeconomico\\_v09\\_compressed\\_1.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf). Acesso em: 23 ago. 2021.

GARCÍA-PALOMARES, Juan Carlos; GUTIÉRREZ, Javier; MÍNGUEZ, Carmen. Identification of tourist hot spots based on social networks: a comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. **Applied Geography**, [s. l.], v. 63, p. 408-417, Sept. 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0143622815001952?via%3Dihub>. Acesso em: 12 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.08.002>.

GEOFABRIK. **OpenStreetMap Data Extracts**. [S. l.], 2023. Portal: GEOFABRIK. Disponível em: <https://download.geofabrik.de/>. Acesso em: 15 mai. 2023.

GOIÁS (Estado). Goiás Turismo. **A Autarquia**. Goiânia: Governo do Estado de Goiás, 2023a. Disponível em: <https://turismo.go.gov.br/index.php/a-agencia>. Acesso em: 20 abr. 2023.

GOIÁS (Estado). Goiás Turismo. **Consegue imaginar estar em um local assim?** Goiânia, 2022a. Instagram: @goiasturismo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CU06P-jNZUF/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

GOIAS (Estado). Goiás Turismo. **Marketing**. Goiânia: Governo do Estado de Goiás, 2022b. Disponível em: <https://turismo.go.gov.br/index.php/projetos/marketing>. Acesso em: 22 abr. 2023.

GOIÁS (Estado). Goiás Turismo. **Perfil oficial**. Goiânia, 2022c. Instagram: @goiasturismo. Disponível em: <https://www.instagram.com/goiasturismo/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

GOIÁS (Estado). Goiás Turismo. **Viva o Parque Nacional**. Goiânia, 2022d. Instagram: @goiasturismo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnQRELhtrit/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

GOIÁS (Estado). Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável. **Sistema de Informações Geográficas Ambientais do Estado de Goiás (SIGA)**. Goiânia, 2023b. Disponível em: <https://siga.meioambiente.go.gov.br>. Acesso em: 10 maio 2023.

GOMES, Paulo César da C. **Geografia e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

GOOGLE. [Plataformas e softwares de mineração de dados em redes sociais]. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.google.com.br/?&bih=657&biw=1366&hl=pt-BR>. Acesso em: 20 out. 2022.

GUIMARÃES, Alfredo Arantes. **Identificação de paisagens com potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas no município de Monte Alegre de Minas (MG) com a utilização de geotecnologias**. 2012. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2012.

HENRIQUE 2, Pedro. **Foto de Rio Quente (2/6)**. [S. l.], 2023. Portal: Wiloc. Disponível em: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-corrída-em-montanha/rio-quente-122736494/photo-78580678>. Acesso em: 20 jan. 2023.

HORNES, Karin Linete. **A paisagem e o potencial turístico no município de Tibagi: a fazenda Santa Lídia do Cecadinho: um estudo de caso (PR)**. 2006. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Maringá, 2006. Disponível em: <http://www.geoturismobrasil.com/artigos/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Karin%20Hornes.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2020.

IBGE. **Cidades**. Rio de Janeiro, 2020. Portal: IBGE. Disponível em: [www.ibge.gov.br/cidadesat/default](http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default). Acesso em: 10 jun. 2020.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning; Rio de Janeiro: Senac, 2013.

KEMP, Simon. **Digital 2022: Brazil**. [S. l.], 2022a. Portal: DATAREPORTAL. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 10 fev. 2022.

KEMP, Simon. **Digital 2022: global overview report**. [S. l.], 2022b. Portal: DATAREPORTAL. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Acesso em: 10 fev. 2022.

KIM, Yoonjung; KIM, Choong-ki; LEE, Dong Kun; LEE, Hyun-woo; ANDRADA, Rogelio II. T. Quantifying nature-based tourism in protected areas in developing countries by using social big data. **Tourism Management**, London, v. 72, p. 249–256, 2019. Disponível em: [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517718303091?via%3Dihub](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517718303091?via%3Dihub). Acesso em: 10 set. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.005>.

LAGE, Beatriz Helena G. Segmentação do mercado turístico. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 61-74, 1992. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64158>. Acesso em: 15 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v3i2p61-74>.

LI, Xin; LAW, Rob; XIE, Gang; WANG, Shouyang. Review of tourism forecasting research with internet data. **Tourism Management**, London, v. 83, Apr. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517720301710?via%3Dihub>. Acesso em: 15 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104245>.



- LÓPEZ, Gersón Beltrán. La geolocalización social. **Polígonos. Revista de Geografía**, León, n. 27, p. 97-118, 2015. Disponível em: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/poligonos/article/view/3290>. Acesso em: 17 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.18002/pol.v0i27.3290>.
- LÓPEZ, Gersón Beltrán. Los municipios turísticos del interior de la Comunitat Valenciana en Internet. Tese (Doutorado) – Universidade de Valência, Valência, 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=171159>. Acesso em 21 jul. 2021.
- MAGRO, Teresa Cristina. Paisagem ou experiência, o que queremos proporcionar. *In*: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 141-164.
- MCKERCHER, Bob. **Turismo de natureza: planejamento e sustentabilidade**. São Paulo: Contexto, 2002.
- MOREIRA, Ruy. **O que é geografia**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- NUNES, Joan. **Neogeografia**. Catalunya: Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, 2013. Disponível em: <https://www.icgc.cat/en/Citizens/Learn/Dictionaries/Neogeografia>. Acesso em 15 jan. 2021.
- OLIVEIRA, Fernando Alvarus de. **Geolocalização, redes sociais e dispositivos móveis: proposta de sistema gráfico**. Rio de Janeiro: Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/9106>. Acesso em 15 jan. 2021.
- OLIVEIRA, Ivanilton José de. A Cartografia aplicada ao planejamento do turismo. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 25, n. 1-2, p. 29-46, jan./dez. 2005. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/bgg/article/view/4109/3626>. Acesso em 15 jan. 2021.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Panorama del turismo internacional: edición 2019**. OMT, 2019. Disponível em: [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237). Acesso em: 02 dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421237>.
- ORSI, Francesco; GENELETTI, Davide. Using geotagged photographs and GIS analysis to estimate visitor flows in natural areas. **Journal for Nature Conservatio**. Munich, v. 21, n. 5, p. 359-368, 2013. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1617138113000344?via%3Dihub>. Acesso em: 10 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2013.03.001>.
- PEREIRA, Laís Angélica Chrisóstomo. **O papel das mídias sociais na promoção dos destinos brasileiros: uma análise das publicações do Ministério do Turismo e da Embratur no Instagram**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/27015>. Acesso em: 4 jun. 2023.
- PICODASH. **Find Instagram target audience and influencers**. 2022. Portal. Disponível em: <https://www.picodash.com/>. Acesso em: 10 jan. 2022.

POZZO, Renata R.; VIDAL Leandro M. O conceito geográfico de paisagem e as representações sobre a ilha de Santa Catarina feitas por viajantes dos séculos XVIII e XIX. **Revista Discente Expressões Geográficas**, Florianópolis, ano 6, n. 6, p. 111-131, 2010. Disponível em: [http://www.geograficas.cfh.ufsc.br/arquivo/ed06/ed06\\_art06.pdf](http://www.geograficas.cfh.ufsc.br/arquivo/ed06/ed06_art06.pdf). Acesso em: 12 jan. 2011.

RAMIRES, Julio César de Lima. Pesquisa qualitativa dos espaços virtuais: algumas reflexões. In: PESSÔA, Vera Lúcia Salazar; RUCKERT, Aldomar Arnaldo; RAMIRES, Julio César de Lima (org.). **Pesquisa qualitativa: aplicações em geografia**. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2017. p. 25-56. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/172820>. Acesso em: 10 jan. 2022.

RANA, Sanjay; JOLIVEAU, Thierry. NeoGeography: an extension of mainstream geography for everyone made by everyone? **Journal of Location Based Services**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 75-81, ago. 2009. Disponível em: [www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17489720903146824](http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17489720903146824). Acesso em: 15 jan. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/17489720903146824>.

RIBEIRO, Roberto O. **Foto de Três Ranchos (1/4)**. [S. l.], 2023. Portal: Wiloc. Disponível em: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-trekking/tres-ranchos-56194397/photo-37557963>. Acesso em: 10 jan. 2023.

RODRIGUES, Fernando. **Foto de pescaria no lago Grande: rio**. [S. l.], 2023. Portal: Wiloc. Disponível em: <https://pt.wikiloc.com/trilhas-lancha/pescaria-no-lago-grande-73774303/photo-48382641>. Acesso em: 10 jan. 2023.

RODRIGUES, Adyr Balastreri. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

ROSSATO, Alexandre. Uso do SIG no suporte ao planejamento turístico do município de Pinhal Grande – RS. 2004. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2004. Disponível em: [http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=1347](http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1347). Acesso em: 15 jan. 2010.

SAKITANI, Iara. **Geografia e cartografia do turismo**. 2006. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-01102008-154015/>. Acesso em 15 jan. 2010.

SALLES, Daniel. **Como Abadiânia (GO) quer retomar o turismo após o escândalo de João de Deus: até a derrocada do médium, quase 95% dos turistas que desembarcavam na cidade estavam em busca dele Brasil**. **Exame**, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://exame.com/casual/como-abadiania-go-que-retomar-o-turismo-apos-o-escandalo-de-joao-de-deus/>. Acesso em: 1 jun. 2023.

SANSOLO, Davis Gruber. Centralismo e participação na proteção da natureza e desenvolvimento do turismo no Brasil. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e**

experiências brasileiras. Brasília, DF: Letra e imagem, 2009. p. 122-141. Disponível em: [http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo\\_de\\_base\\_comunitaria\\_bartholo\\_sansolo\\_bursztyn.pdf](http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_de_base_comunitaria_bartholo_sansolo_bursztyn.pdf). Acesso em: 20 nov. 2019.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. São Paulo: Hucitec, 1988. 1 CD-ROM.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4.ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. 1 CD-ROM.

SEBRAE. **Destinos turísticos inteligentes**: nos últimos anos, muitos destinos turísticos acompanharam os avanços da tecnologia e, hoje, oferecem experiências únicas aos visitantes. [S. l.], 2022. Portal: Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/destinos-turisticos-inteligentes,074f83ff1cd31810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 30 maio 2023.

SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL. **Geoparques**: conceito da Unesco. Brasília, DF: SGB, 2023. Disponível em: [www.cprm.gov.br/publique/Gestao-Territorial/Gestao-Territorial/Geoparques-5414.html](http://www.cprm.gov.br/publique/Gestao-Territorial/Gestao-Territorial/Geoparques-5414.html). Acesso em: 12 maio 2023.

SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL. **Sítios geológicos e paleontológicos do Brasil**: mapa geodiversidade do Brasil. Brasília, DF: SGB, 2006. Disponível em: <http://mapas.mma.gov.br/i3geo/datadownload.htm>. Acesso em: 10 mai. 2023.

SILVA, Arlete Mendes da. Os caminhos do turismo em espaço rural goiano. **Revista UFG**, Goiânia, v. 7, n. 1, 2005. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/49108>. Acesso em: 17 abr. 2023.

SILVA, Charlei Aparecido da. **Análise sistêmica, turismo de natureza e planejamento ambiental de Brotas**: proposta metodológica. 2006. Tese (Doutorado) – Universidade de Campinas, Campinas, 2006. Disponível em: <https://urbandatabrasil.fflch.usp.br/trabalhos-de-conclusao-e-monografia/analise-sistemica-turismo-de-natureza-e-planejamento-ambiental>. Acesso em: 17 abr. 2023.

SILVA, Mônica Regina. **Desenvolvimento de uma aplicação SIG-WEB voltada ao turismo**. 2007. Monografia (Graduação) - Centro Federal de Educação Tecnológica, João Pessoa, 2007.

SOUZA, Sheila Cristina de; MACHADO, Danielle Fernandes Costa. Uso e influência das mídias sociais no planejamento de viagens: um estudo quantitativo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 254-270, maio/ago., 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/134007/134094>. Acesso em: 17 abr. 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i2p254-270>.

STEIL, Carlos Alberto. O turismo como objeto de estudos no campo da ciência social. *In*: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (org.). **Turismo rural**: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 51-80.

THEVENIN, Julien Marius Reis. O turismo e suas políticas públicas sob a lógica do capital. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 122-133, abr. 2011. Disponível

em: [www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/527/272](http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/527/272). Acesso em: 20 nov. 2019.

TOIVONEN, Tuuli; HEIKINHEIMO, Vuokko; FINK, Christoph; HAUSMANN, Anna; HIIPPALA, Tuomo; JÄRV, Olle; TENKANEN, Henrikki; MININ, Enrico. Social media data for conservation science: a methodological overview. **Biological Conservation**, Barking, v. 233, p. 298-315, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0006320718317609?via%3Dihub>. Acesso em: 10 jan. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2019.01.023>.

TUAN, Y. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980. 1 CD-ROM.

TURNER, Andrew. Introdução à Neogeografia. Sebastopol: O'Reilly, 2006. Disponível em: [https://learning.oreilly.com/library/view/introduction-to-neogeography/0596529953/index.html#what\\_is\\_neogeography](https://learning.oreilly.com/library/view/introduction-to-neogeography/0596529953/index.html#what_is_neogeography). Acesso em: 7 jan. 2022.

UNITED NATIONS. World Tourism Organization. **International recommendations for tourism statistics 2008**. Nova York, 2010. Disponível em: [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf) Acesso em: 2 ago. 2018.

UNITED NATIONS. World Tourism Organization. Tourism: from crisis to transformation. UNWTO and the COVID-19 Crisis. *In*: UNWTO GENERAL ASSEMBLY, 24th, 2021, Madrid. **Preliminary version** [...]. Madrid, UNWTO, 2021. Disponível em: <https://www.unwto.org/event/general-assembly-twenty-fourth-session>. Acesso em: 8 jan. 2022.

UNITED NATIONS. World Tourism Organization. **Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels**. Madrid, 2022. Disponível em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-01/220118-unwto-barometer-en.pdf?VersionId=vUmCK4VeI8HXl.49ZvSI44gCZDrZVzpR>. Acesso em: 4 mar. 2023.

UNITED NATIONS. World Tourism Organization. UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness Department. **World Tourism Barometer**, Madrid, v. 21, n. 1, Jan. 2023. Disponível em: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Barom\\_PPT\\_Jan\\_2023.pdf?VersionId=jx48hooQQA7HzsZifm319.iUs6unuI16](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Barom_PPT_Jan_2023.pdf?VersionId=jx48hooQQA7HzsZifm319.iUs6unuI16). Acesso em: 4 mar. 2023.

URANO, Debora Goes; SIQUEIRA, Felipe de Souza; NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. Articulação em redes como um processo de construção de significado para o fortalecimento do turismo de base comunitária. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 200-210, ago. 2016. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1173>. Acesso em: 10 fev. 2022. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.16n2.2016.1173>.

WORD TRAVEL & TOURISM CONCIL. **Annual research**: key highlights. London, 2021. Portal: Word Travel & Tourism Concil. Disponível em: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso em 5 fev. 2022.