



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

NAYARA CRISTINA SANTANA DA SILVA

**CRIAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS PARA O GEOPARQUE ASPIRANTE
SERIDÓ (RN, NE DO BRASIL), NA ÓTICA DO PROCESSO PARTICIPATIVO**

NATAL – RN

2021

NAYARA CRISTINA SANTANA DA SILVA

**CRIAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS PARA O GEOPARQUE ASPIRANTE
SERIDÓ (RN, NE DO BRASIL), NA ÓTICA DO PROCESSO PARTICIPATIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a conclusão do Mestrado em Turismo na área de Turismo, Desenvolvimento e Gestão.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Leite do Nascimento.

NATAL – RN

2021

Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN
Sistema de Bibliotecas – SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Silva, Nayara Cristina Santana da.

Criação de roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó (RN, NE do Brasil), na ótica do processo participativo / Nayara Cristina Santana da Silva. - 2021. 84f.: il.

Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-graduação em Turismo, Natal, RN, 2021.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Leite do Nascimento.

1. Turismo - Dissertação. 2. Roteiro turístico - Dissertação. 3. Geoturismo - Dissertação. 4. Geoparque Seridó - Dissertação. 5. Desenvolvimento turístico - Dissertação. I. Nascimento, Marcos Antônio Leite do. II. Título.

RN/UF/CCSA

CDU 379.85

NAYARA CRISTINA SANTANA DA SILVA

**CRIAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS PARA O GEOPARQUE ASPIRANTE
SERIDÓ (RN, NE DO BRASIL), NA ÓTICA DO PROCESSO PARTICIPATIVO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a conclusão do Mestrado em Turismo na área de Turismo, Desenvolvimento e Gestão.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Marcos Antonio Leite do Nascimento - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientador – Presidente da Banca Examinadora

Dr. Marcelo da Silva Taveira - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Membro da Banca Examinadora

Dr. Guilherme Bridi - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Membro da Banca Examinadora

Dra. Cristiane Soares Cardoso Dantas Gomes - SENAC/RN
Membra da Banca Examinadora

À MINHA FILHA, ELIS.

AGRADECIMENTOS

Reservei esse espaço para ressaltar o quão difícil foram esses últimos anos.

O objetivo alcançado de poder cursar o tão desejado mestrado na área que atuo veio junto de uma série de desafios profissionais e pessoais.

Em meio à pandemia da Covid-19, me vi realizando sonhos e me superando a cada dia, tentando não deixar o medo, a angústia e a ansiedade atrapalhar os planos desses que até hoje foram os anos mais desafiadores da minha vida.

A maternidade trouxe a força para não desistir, Elis trouxe a alegria nos momentos mais difíceis, minha mãe, Elimaria, foi a minha maior rede de apoio e Erickson, meu esposo, foi meu porto seguro e meu maior incentivador.

Agradeço a Vivi, que sempre tentava bloquear uns horários na minha agenda, preocupada com o tempo de entrega, para que eu pudesse estudar em meio a quantidade de coisas que eu me envolvia durante a semana.

Ao meu orientador, Prof. Marcos Nascimento, pela compreensão, pelas palavras e incentivo.

E agradeço a todos aqueles que direta ou indiretamente me incentivaram ou enfatizavam o quão não dariam conta se estivessem no meu lugar, isso me motivava ainda mais.

Mas, o meu maior agradecimento é a Deus e ao universo por terem me dado forças para não desistir durante esse processo, provando a mim mesma que sou capaz.

VAI LÁ E FAZ!
BRUNO REIS

Silva, N. C. S. (2021). *Criação de roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó (RN, NE do Brasil), na ótica do processo participativo* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.

RESUMO

O presente estudo tem como propósito desenvolver roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó, no Estado do Rio Grande do Norte, Nordeste do Brasil, a fim de fomentar o desenvolvimento do turismo sustentável no território, buscando analisar o envolvimento de diferentes atores no processo participativo de criação, especialmente os guias de turismo, agências de viagens e condutores locais, atores que trabalham e comercializam serviços relacionados a temática desta pesquisa. A busca da construção de um desenvolvimento regional por meio do turismo passa pela elaboração de inúmeras etapas que juntas resultam no fomento da atividade turística. A elaboração de roteiros turísticos, uma dessas etapas, atende as necessidades dos visitantes e apresenta a identidade regional da localidade, resultando no estímulo à regionalização do turismo, onde o território é analisado como um transformador social, e não apenas identificado como um espaço territorial. Em relação aos procedimentos metodológicos, este tratou-se de um estudo exploratório com uma abordagem qualitativa. Foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com atores que exercem papéis de elaboração e comercialização de roteiros turísticos para o território do Geoparque Aspirante Seridó e com representantes da comunidade do território do geoparque, além do uso de revisão bibliográfica e pesquisa em artigos científicos, dissertações, teses e livros sobre o tema. Com isso chegou-se ao desenvolvimento de três roteiros, contemplando todo o território do Geoparque Aspirante Seridó, subdividido por regiões que facilitam os aspectos logísticos e que ao mesmo tempo podem ser trabalhados de forma integrada: Rota Seridó Norte, Rota Seridó Central e Rota Seridó Sul, com objetivos alcançados quanto à valorização dos aspectos ambientais, culturais e sociais da região e a geração de desenvolvimento sustentável, levando em consideração a opinião das comunidades locais. Espera-se que a criação dos referidos roteiros turísticos proporcione uma melhor inserção social da comunidade nas atividades turísticas, fomente o empoderamento comunitário e fortaleça a atividade turística, levando em consideração a diversidade cultural existente e a possibilidade de incremento da receita local de forma sustentável.

Palavras-chave: Roteirização. Geoparque Seridó. Geoturismo.

Silva, N. C. S. (2021). *Criação de roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó (RN, NE do Brasil), na ótica do processo participativo* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.

ABSTRACT

The purpose of this study is to develop itineraries for the Seridó Aspiring Geopark, in the State of Rio Grande do Norte, Northeastern Brazil, to promote the development of sustainable tourism in the territory, seeking to analyze the involvement of different actors in the participatory process of creation. especially tour guides, travel agencies and local drivers, actors who work and sell services related to the subject of this research. The search for the construction of regional development through tourism involves the elaboration of numerous steps that together result in the promotion of tourist activity. The elaboration of tourist itineraries, one of these steps, meets the needs of visitors and presents the locality's regional identity, resulting in the stimulus to the regionalization of tourism, where the territory is analyzed as a social transformer, and not just identified as a territorial space. Regarding the methodological procedures, this was an exploratory study with a qualitative approach. Questionnaires were applied and interviews were conducted with actors who exercise roles in the elaboration and marketing of tourist itineraries for the territory of the Seridó Aspiring Geopark and with representatives of the community of the geopark territory, in addition to the use of literature review and research in scientific articles, dissertations, theses and books on the topic. This resulted in the development of three itineraries, covering the entire territory of the Seridó Aspiring Geopark, subdivided by regions that facilitate logistical aspects and at the same time can be worked on in an integrated manner: North Seridó Route, Central Seridó Route and Seridó Route South, with goals achieved in terms of valuing the region's environmental, cultural, and social aspects and generating sustainable development, considering the opinion of local communities. It is expected that the creation of these tourist itineraries will provide a better social inclusion of the community in tourist activities, encourage community empowerment, and strengthen tourist activity, considering the existing cultural diversity and the possibility of increasing local revenue in a sustainable way.

Keywords: Tourist routes. Seridó Geopark. Geotourism.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estudos referentes ao geoturismo e Geoparque Seridó no PPGTUR – RN.....	200
Quadro 2: Pesquisas acadêmicas com ênfase no Geoparque Aspirante Seridó.	211
Quadro 3: Etapas de elaboração de roteiros.	401
Quadro 4: Competências para a elaboração de roteiros turísticos segundo o MTur.....	423
Quadro 5: Identificação das partes interessadas (empresas).	555
Quadro 6: Identificação das partes interessadas (território).....	566
Quadro 7: Rota Geoparque Seridó Norte.	722
Quadro 8: Rota Geoparque Seridó Central.	733
Quadro 9: Rota Geoparque Seridó Sul.....	744

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Característica do universo da pesquisa.....	622
Gráfico 2: Avaliação dos membros do conselho do polo Seridó.	633
Gráfico 3: Tempo que desenvolve ou comercializa roteiros para os municípios que compõem o Geoparque Seridó.	644
Gráfico 4: Geossítios mais utilizados na elaboração dos roteiros, segundo os respondentes.	644
Gráfico 5: Origem do público, segundo os respondentes.	65
Gráfico 6: Parada para refeições durante o roteiro.	666
Gráfico 7: Programação cultural.....	677
Gráfico 8: Nomenclatura da comercialização dos roteiros.	71

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Perfil dos participantes da pesquisa do Polo Seridó.	144
Figura 2: Respostas as questões quanto as forças para enfrentar a crise.....	155
Figura 3: Características do Polo Seridó quanto as forças para enfrentar a crise.....	155
Figura 4: Mapa Turístico do Rio Grande do Norte.	18
Figura 5: Municípios por polo turístico.....	19
Figura 6: Mapa do Geoparque Aspirante Seridó.....	29
Figura 7: Geossítio Morro do Cruzeiro, Currais Novos.	300
Figura 8: Geossítio Mina Brejuí, Currais Novos.....	311
Figura 9: Geossítio Xiquexique, Carnaúba dos Dantas.....	311
Figura 10: Geossítio Serra Verde, Cerro Corá.	322
Figura 11: Geossítio Cachoeira dos Fundões, Carnaúba dos Dantas.	322
Figura 12: A relação do geoturismo com outras formas de turismo.	355
Figura 13: Peças do artista José Evangelista de Carnaúba dos Dantas.	48
Figura 14: Análise SWOT proposto por Silva e Sonaglio (2013) para o Roteiro Seridó.	50
Figura 15: Análise situacional do destino.	51
Figura 16: Grupos envolvidos no processo de roteirização.....	52
Figura 17: Considerações do conselho do polo Seridó.	633
Figura 18: Ilustração do raio de alcance do público-alvo, até 400 km.....	666
Figura 19: Análise SWOT para o Município de Carnaúba dos Dantas.....	677
Figura 20: Análise SWOT para o Município de Parelhas.	688
Figura 21: Geossítio Cânions dos Apertados, Currais Novos.	699
Figura 22: Museu no Parque Temático Mina Brejuí.	699
Figura 23: Divisão das rotas e nomenclatura.	70
Figura 24: Rota Geoparque Seridó Norte.....	722
Figura 25: Rota Geoparque Seridó Central.	733
Figura 26: Rota Geoparque Seridó Sul.....	744

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

ANPTUR	Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo
GTES	Grupo de Estudos em Turismo, Economia e Sustentabilidade
IGGP	<i>International Geoscience and Geoparks Programme</i>
IGR	Instâncias de Governança Regionais
OMS	Organização Mundial da Saúde
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
RN	Rio Grande do Norte
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UGG	<i>Unesco Global Geoparks</i>
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Problemática	13
1.2 Justificativa	22
1.3 Objetivos	24
1.3.1 Objetivo geral.....	24
1.3.2 Objetivos específicos	24
1.4 Estrutura da dissertação	25
2 REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1 Geoparques Mundiais da UNESCO (<i>UGG - Unesco Global Geoparks</i>)	26
2.2 Geoparque Aspirante Seridó	28
2.3 Geoturismo: uma modalidade do turismo desenvolvida nos geoparques.....	33
2.3.1 Planejamento e gestão do geoturismo em geoparques.....	36
2.4 Planejamento de roteiros turísticos e regionalização	39
2.5 Processo participativo na construção de um roteiro turístico	46
3 METODOLOGIA.....	58
3.1 Tipo e abordagem da pesquisa.....	58
3.2 Universo da pesquisa	59
3.3 Coleta dos dados	60
3.4 Análises dos dados.....	61
4 RESULTADOS	62
4.1 Resultados da pesquisa	62
4.2 Nomenclatura da comercialização dos roteiros.	70
4.3 Proposta de roteiros	71
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
REFERÊNCIAS	78
APÊNDICES	82

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problemática

Conceitos de teoria do turismo, colocado por diversos autores e aqui referenciados por Lohmann & Panosso Netto (2008), classificam o turismo como uma atividade econômica fundamental para qualquer país ou região que possui elementos naturais, culturais e sociais que são atrativos para visitação de indivíduos, levando-os além de meros espectadores, pois suas motivações e a busca constante por experiências, são a chave para a definição da tipologia da atividade que será realizada durante a viagem. Essa tipologia, ou tipo de turismo, que será realizado a partir da escolha do destino, pode se tornar amplo de acordo com a oferta de atividades diversas que a localidade é capaz de proporcionar ao visitante. E, tudo isso parte de como o planejamento da atividade turística está sendo desenvolvido no território.

Tomando como base essa necessidade de planejamento e analisando as políticas de interiorização do turismo no estado do Rio Grande do Norte – RN, o Plano Estratégico de Desenvolvimento e Marketing para o Estado; a atualização do Mapa do Turismo Brasileiro; e, o atual Plano de Retomada do Turismo, pôde-se notar que algumas a   es já vinham sendo desenvolvidas para fomentar a atividade turística no interior potiguar, e agora ganham força e ênfase devido a tendência mundial de retomada da atividade turística, caracterizada pelo apelo regional do fluxo de pessoas, frente a pandemia do SARS-Cov-2 (Covid-19/Corona vírus).

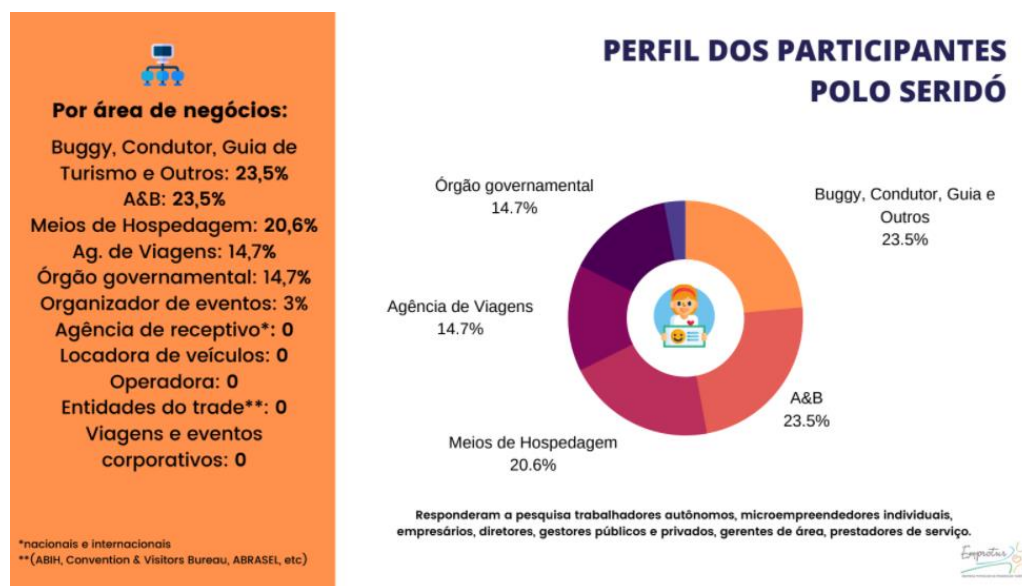
Em pesquisa realizada pela *Travel Consul* no mês de fevereiro de 2021 (EMPROTUR, 2020),   possível visualizar pontos abordados no levantamento que apresentam um pouco do cenário atual da atividade turística, as perspectivas para o setor e um melhor entendimento sobre o impacto da Covid-19 no mercado e na recuperação da distribuição global de viagens. Os resultados apontam para as três mais importantes medidas tomadas pelas empresas nos últimos meses, no qual, 75% dos respondentes (formado por agentes de viagens e operadores), indicaram a necessidade de fortalecer o relacionamento com os clientes, ajustar o modelo de negócios e ofertar novos produtos, sendo as grandes operadoras e os destinos as principais fontes de dados para ajudar as empresas a lidar com a crise, com informa   es sempre atualizadas sobre os produtos e os destinos, protocolos de segurança, novidades, entre outros, e o e-mail foi apontado como o principal canal de intera   o com os clientes.

Ainda segundo os dados da pesquisa, cerca de 20% dos clientes estão viajando conforme programado, os outros 80% estão adiando ou cancelando as viagens. Cerca de 50% das empresas esperam um aumento no número de reservas apenas quando as vacinas forem

amplamente administradas e quase 40% dos clientes estão aguardando para decidir a data da próxima viagem. Uma tendência apontada na pesquisa é que passaportes de imunidade ou certificado de vacinação eletrônica possam ser exigidos de alguns destinos e fornecedores como companhias aéreas, antes da viagem. Isso é apontado por mais 80% dos parceiros brasileiros como impacto positivo em suas reservas para 2021 (Média Global: 66%) sendo também um fator importante na tomada de decisão por destinos.

Com a atual situação pandêmica vivida por todo o mundo, destinos também precisaram se reinventar ao buscar compreender os caminhos para o planejamento da atividade no cenário pós-pandemia. O Rio Grande do Norte passou a ser destaque nacional no que se refere ao levantamento de informações por meio de pesquisas, principalmente por levar em consideração o envolvimento de *stakeholders* de todo o estado. O objetivo de uma das primeiras pesquisas realizadas a partir de 2020 foi “reunir informações sobre como a pandemia afetou os diversos segmentos do trade turístico do RN, em cada polo, e, como os atores tem buscado responder a presente crise” (EMPROTUR, 2020). Mais de 500 respondentes de todos os 5 polos de turismo do estado participaram desse levantamento de informações. A figura 1 destaca o perfil dos participantes do polo Seridó, região objeto desta pesquisa.

Figura 1: Perfil dos participantes da pesquisa do Polo Seridó.



Fonte: EMPROTUR, 2020.

Nota-se uma ausência na participação de agências de receptivo, que em muitos destinos são responsáveis pelo desenvolvimento e comercialização de roteiros turísticos. Porém, na figura 2, podemos destacar uma mensagem de um dos respondentes da pesquisa, enfatizando

que uma das alternativas colocada como força para enfrentar a crise da pandemia COVID-19, é a roteirização e o envolvimento de diversos setores.

Figura 2: Respostas as questões quanto as forças para enfrentar a crise.



FORÇAS PARA ENFRENTAR A CRISE:

Selecionamos Algumas respostas

"Nosso polo dispõe de diversos atrativos naturais, ideais para realização de trilhas e pratica de esportes de aventura, os quais podem ser explorados sem a necessidade de grandes esforços para alavancá-los. Basta despertar no público o interesse pela demanda." (sic)
Agreste-Trairi

"O Polo Agreste Trairi tem atrativos turísticos e produtos que destacam-se pela emoção, pela experiência vivida por cada visitante. Acredito que o lado emocional, o valor afetivo tratá o público de volta assim que possível."
Agreste-Trairi

"A diversidade de produtos turísticos do Polo Costa Branca é excelente: Turismo religioso, cultural, ecológico, esportivo, de aventuras, de eventos, científico e de sol & mar. A região também dispõe de um artesanato e de uma gastronomia valorizados por tantos quantos têm a oportunidade de conhecê-los. Dispõe também de excelente rede hoteleira e aeroporto, sendo que este ainda precisa ampliar sua oferta para os turistas que pretendem conhecer Mossoró e a região." (sic)
Costa Branca

"Por fazer parte de um polo onde existem lugares ainda não conhecidos e com atrativos naturais, o turismo torna-se mais barato" (sic)
Costa das Dunas

"Na minha percepção o polo Seridó tem como vantagem a proximidade dos municípios, o que o torna possível a criação de diversos roteiros que envolvam todo o trade turístico."
Seridó



Fonte: EMPROTUR, 2020.

Na figura 3, com comentários retirados da pesquisa e que foram apontados como itens vitais para o enfrentamento da crise e retomada do turismo na região, apenas reforçam algumas características que são destaque na região Seridó, e que são fundamentais para elaboração de roteiros turísticos.

Figura 3: Características do Polo Seridó quanto as forças para enfrentar a crise.



FORÇAS PARA ENFRENTAR A CRISE:

Das respostas, foram elencados alguns pontos.

POLO COSTA DAS DUNAS	POLO COSTA BRANCA	POLO SERIDÓ	POLO SERRANO	POLO AGRESTE TRAIRI
Atrativos naturais	Praias ainda pouco exploradas	Hospitalidade característica da região	Clima	Santuário religioso
Principal porta de entrada no estado	Oferta cultural	Patrimônio histórico-cultural	Atrativos naturais	Custo baixo
Destinos consolidados no mercado	Oferta cultural	Gastronomia local		Diversidade de atrativos naturais
Qualidade da rede hoteleira				Locais ideais para prática de esportes de aventura e ecoturismo



Fonte: EMPROTUR, 2020.

Essa, assim como outras pesquisas, realizada pela Empresa Potiguar de Promoção Turística – EMPROTUR, nos últimos dois anos, estão embasando decisões estratégicas a nível estadual e municipal no que tange o planejamento do turismo e as estratégias de promoção do destino. Ainda de acordo com dados da EMPROTUR (2020):

“Há uma tendência de evitar destinos essencialmente urbanos e os "Hot-spots", isto é, zonas de intensa atividade turística. Destinos de menor densidade, onde há contato com a natureza, possibilidade de atividades ao ar livre e em grupos pequenos terão uma resposta mais rápida no curto prazo. Quanto menos internacionalizado o mercado, melhores chances de ter uma retomada mais veloz. Mercados com força regional terão maior vantagem (Resonance Consultancy)”.

Essa mudança de comportamento, detalhada com mais profundidade por Santos (2018) que apresenta a relação entre a procura turística e os espaços naturais, vem acontecendo nas últimas décadas, no qual o fluxo de pessoas interessadas em vivenciar o turismo em áreas naturais e que possuam uma relação com a comunidade vem crescendo e ganhando cada vez mais adeptos. O mercado turístico também está atento a essas novas buscas e mudanças de comportamento do consumidor, em que “a experiência acumulada pelo turista e a nova consciência socioambiental ampliaram a percepção dos elementos que verdadeiramente integram o produto turístico” (Vignati, 2008, p. 39). Segundo Kawaguchi & Ansarah (2015) existe um mosaico de segmentos turísticos que possibilita a busca cada vez mais autêntica de destinos e experiências pelos turistas, e que são capazes de se adaptar ou se adequar a essas novas demandas.

Relacionando esse comportamento do consumidor com as atuais perspectivas da retomada das atividades turísticas e do novo normal que tanto gera expectativas para o setor, há uma tendência de aumento na busca por destinos de natureza, que foram apontados em algumas pesquisas realizadas por várias entidades e órgãos de turismo. Um desses estudos, realizado também pela EMPROTUR, identificou uma tendência dos viajantes na busca de aspectos que fogem de atividades simplesmente coletivistas e refletem mais sobre o consumo de um turismo com impactos sociais positivos (EMPROTUR, 2020). Urry (2001) fortalece esse entendimento, quando trata no livro sobre a mudança e evolução do olhar do turista nas diferentes sociedades ao longo dos anos e, sobretudo, em diferentes grupos sociais, não existindo segundo o autor, um olhar único do turista, que varia também de acordo com a sociedade e período histórico.

Buscando compreender os questionamentos sobre as mudanças do comportamento do turista pós-pandemia, o estudo desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa GTES: Turismo, Economia e Sustentabilidade, da Universidade Estadual do Ceará – UECE em colaboração com

outras universidades internacionais: Universidade de Santiago de Compostela (Galícia-Espanha), Universidade da Coruña (Galícia-Espanha), Cleveland State University (EUA) e Universidad Península de Santa Elena (Equador), identificou uma nova realidade turística, “o consumidor aumentará o seu gasto em preparar uma viagem mais segura, no entanto, aspectos relacionados com o seu comportamento no destino não será muito diferente do que era antes. Aumentará a procura por destinos nacionais e a tendência será viajar para o Nordeste” (GTES, 2020).

Essa contextualização e abordagem sobre mudança de comportamento do turista, seja ela histórica ou pontual, gerada por uma pandemia, por exemplo, é retratada nesta pesquisa como um cenário de oportunidades para o desenvolvimento de regiões que até então, não possuíam forte apelo turístico no Estado do Rio Grande do Norte. Historicamente, a atividade turística no Rio Grande do Norte se desenvolveu na capital, Natal e no decorrer dos anos foi se estabelecendo também em algumas cidades litorâneas.

De acordo com o Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte, o estado possui cinco polos turísticos - Costa das Dunas, Costa Branca, Seridó, Serrano e Agreste/Trairi - cada um deles com temas turísticos definidos, conforme estabelece as diretrizes do Plano Nacional de Turismo 2013/2016 e, especificamente, o Programa de Regionalização do Turismo, do Governo Federal. A mais recente atualização do mapa do turismo brasileiro 2019-2021 estabeleceu critérios para os municípios se adequarem:

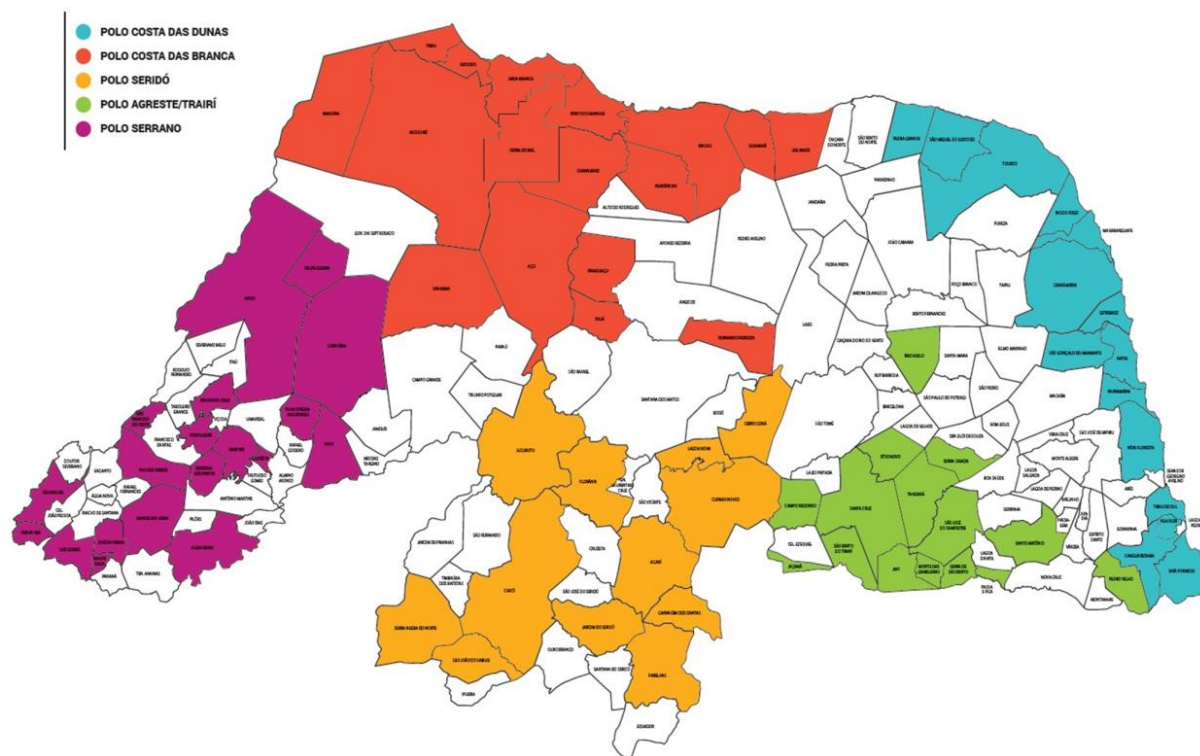
“A lista de critérios obrigatórios para integrar o Mapa inclui a necessidade de o município ter um órgão de turismo em atividade, conselho municipal de turismo funcionando e orçamento próprio destinado ao turismo, além de possuir prestadores de serviços turísticos de cadastro obrigatório registrados no Cadastur. São eles: meios de hospedagem; agências de viagem; parque temático; acampamento turístico; organizadoras de eventos; guia de turismo e transportadora turística.” (Ministério do Turismo, 2019).

Esses critérios foram fundamentais para a mudança de pensamento de alguns municípios sobre a importância de fortalecer o planejamento da atividade nas localidades turísticas, gerando entre outros fatores, uma maior atenção do poder público na necessidade de investimentos e envolvimento dos atores locais na organização do turismo local e na tomada de decisões estratégicas para a região.

Estes polos dividem o estado por municípios e regiões que se encontram no mapa de regionalização do turismo do Estado. A capital e outros destinos hoje consolidados pelo turismo como: Pipa e São Miguel do Gostoso, estão inseridos no polo Costa das Dunas, caracterizando

assim, o segmento de sol e mar como o de maior relevância para a promoção turística do estado, até então. As figuras 4 e 5, ilustram essa divisão, e identificam a região litorânea citada no texto.

Figura 4: Mapa Turístico do Rio Grande do Norte.



Fonte: SETUR/RN, 2020.

Figura 5: Municípios por polo turístico.



Fonte: adaptado pela autora, 2021.

É notória também, algumas mudanças de comportamento em relação a valorização dos atrativos encontrados no estado por partes dos autóctones, retrato de um mundo cada vez mais globalizado e digital, que aproxima a cada dia os destinos e seus potenciais visitantes das mais diversas demandas de mercados emissores. Essa mudança se dá principalmente na comunidade local que passa a valorizar os diferenciais da sua região, no qual, geralmente, essa valorização é muitas vezes impulsionada por programas de TV e influenciadores digitais.

Pode-se associar este sentimento de valorização ao que identifica o autor Yun-Fu Tuan (1980) como topofilia, ou seja, a admiração ao lugar que os indivíduos passam a sentir do espaço que estão inseridos em seu cotidiano. Da mesma forma que existe uma aproximação do visitante nas regiões com potencial turístico, cresce a necessidade pela busca da melhoria da oferta de serviços e produtos turísticos dos mais variados segmentos que compõem a cadeia produtiva.

Para buscarmos um melhor entendimento epistemológico sobre a influência da atividade turística nas localidades receptoras, Tribe (1997), após analisar vários conceitos de turismo, define o mesmo como sendo uma atividade mais ampla, com impactos importantes nas comunidades anfitriãs, não se tratando apenas de um conjunto de atividades que os indivíduos realizam durante suas viagens, independente da tipologia que a caracterize.

Acrescentando a este levantamento conceitual, para atender as necessidades dessas atividades fragmentadas, o Ministério do Turismo definiu alguns nichos como prioritários para o desenvolvimento no Brasil de uma forma que se trabalhasse mais a questão da promoção dessas tipologias de turismo existentes, segmentando e estabelecendo o perfil do turista para cada tipo de atividade que se pretende ofertar, “existem, porém, diversos outros segmentos de oferta que podem existir e que devem ser considerados” (Brasil, 2010, p 75).

Observando a amplitude de segmentos que o turismo é capaz de promover, podemos conectar as atividades realizadas com as diferentes tipologias existentes e o surgimento de novas, como o geoturismo, ainda pouco explorado em pesquisas de turismo e comparado muitas vezes com tipologias similares como ecoturismo e/ou turismo de aventura (Coutinho *et al*, 2019; Bento *et al*, 2020; Silva *et al*. 2021).

O geoturismo vem sendo bastante pesquisado em discussões científicas, principalmente relacionadas a trabalhos onde a temática dos geoparques é abordada. No entanto, ainda percebe-se que são concentrados trabalhos na área da geologia e da geografia, destaque para alguns autores como: Ruchkys (2007), Nascimento, Ruchkys e Mantesso-Neto (2008), Newsome & Downling (2010) e Hose (2012). Não isoladamente, vem surgindo muitas pesquisas que

reforçam a importância da temática no universo acadêmico do turismo, no que se refere ao geoturismo e geoparques, destaque para a Moreira (2014) e reforçado com o quadro 1, adaptado de Freitas (2019), onde são identificados estudos no Programa de Pós-graduação em Turismo – PPGTUR, RN.

Quadro 1: Estudos referentes ao geoturismo e Geoparque Seridó no PPGTUR – RN.

Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)				
Título	Autor	Instituição	Tipo Dissertação/Tese	Ano
Geoparque Seridó RN: Valores Turísticos e Gestão.	Cristiane Soares Cardoso	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	D	2013
Práticas Turísticas em geossítios: uma avaliação ambiental no Projeto Geoparque Seridó- RN.	Janaina Luciana de Medeiros	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	D	2015
Projeto Geoparque Seridó: Um estudo das práticas turísticas como propulsor para o desenvolvimento local.	Idiamara Nascimento de Freitas	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	D	2019

Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Para fortalecer essa crescente acadêmica no âmbito de discussões dos temas supracitados, Costa (2021), elaborou um quadro (Quadro 2) na qual elenca diversos tipos de estudos onde especificamente a temática sobre o Geoparque Aspirante Seridó é abordada, conforme a seguir:

Quadro 2: Pesquisas acadêmicas com ênfase no Geoparque Aspirante Seridó.

Pesquisas acadêmicas com ênfase no Aspirante Geoparque Seridó entre os anos 2013 a 2021		
Área	Tipo	Quantidade
Turismo	Artigo científico	12
	Monografia	2
	Dissertação	3
	Tese	1
Geologia	Artigo científico	10
	Monografia	2
	Dissertação	1
	Livro	1
Geografia	Artigo científico	1
Educação	Artigo científico	3
	Monografia	1

Fonte: adaptado de Costa, 2021.

O quadro 2 apresenta um destaque para o turismo, sendo nesse levantamento como o de maior número de produções, fortalecendo a ideia de que cada vez mais os estudos sobre geoparques e geoturismo se aproximam do campo de estudo que melhor consegue caracterizá-lo e compreendê-lo no processo de planejamento sustentável da atividade turística em territórios.

Ambos os levantamentos, conseguem gerar um retorno social e acadêmico de grande relevância para o território do Seridó, servindo até mesmo para fortalecer as demandas e necessidades do processo de candidatura do Geoparque Aspirante Seridó, assim como, contribuir com as pesquisas e estudos futuros, haja vista, que o tema geoparque vem sendo tratado com mais ênfase nos últimos anos tanto no território, com objetivos de empoderamento do tema com a comunidade, como em pautas públicas por meio de órgãos estaduais e municipais, estas com objetivo de planejamento e execução de políticas públicas que apoiem o desenvolvimento regional em várias esferas e a interiorização do turismo.

Daí ressalta-se a importância das considerações de Kuhn (2001) sobre a relevância do rompimento dos paradigmas para uma busca de novas abordagens e a necessidade de um envolvimento maior da comunidade científica do turismo. Esse envolvimento da comunidade científica do turismo permite a construção de estratégias sustentáveis para o desenvolvimento de regiões que possuem um potencial turístico para progredir. Seja no fortalecimento de

atividades culturais ou no fomento de um atrativo de potencial geológico, objeto desse estudo na perspectiva dos geoparques.

Um atrativo turístico, principalmente de características naturais, ganha destaque e diferencial com atividades que agreguem valor a sua visitação. Uma das maneiras de popularizar o conhecimento desses atrativos é a criação de rotas turísticas e/ou roteiros estabelecidos. Dentro da programação dos roteiros, devem existir elementos que juntos fortalecem a valorização dos locais visitados e, dependendo do seu planejamento, podem interligar diferentes serviços ofertados e regiões durante uma programação de visitas. Bahl (2004) aponta que a elaboração de roteiros que possibilitem uma exposição temática ampla e baseada em conteúdo que caracterizam a região, desperta o interesse das pessoas por meio da curiosidade-criatividade e preenchem as suas necessidades de evasão e deslocamento, motivando-as a viajar.

Portanto, o presente estudo tem como questão-problema: **Como o processo participativo auxilia na criação de roteiros turísticos para o território do Geoparque Aspirante Seridó?**

1.2 Justificativa

Inserido no contexto de novo produto turístico, o Geoparque Aspirante Seridó, que engloba seis municípios da região (Acari, Carnaúba dos Dantas, Cerro Corá, Currais Novos, Lagoa Nova e Parelhas), possui características relevantes para um desenvolvimento socioeconômico e de valorização dos patrimônios natural e cultural, por meio da atividade turística.

A região Seridó, no estado do Rio Grande do Norte, passou a ganhar outra visibilidade em termos turísticos e políticos sociais em decorrência do início da implantação do então Projeto Geoparque Seridó. Com a definição do modelo de gestão do projeto, um consórcio público intermunicipal entre os seis municípios que compõem o território foi criado, sendo um grande passo para o início de sua consolidação e a busca para atender as exigências de reconhecimento da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (Órgão responsável pela oficialização do Programa Internacional de Geociências e Geoparques - *International Geoscience and Geoparks Programme-IGGP*). Após preparação e envio de carta de intenção e dossiê de candidatura, o Projeto Geoparque Seridó passou a integrar

a lista dos Aspirantes a Geoparque da UNESCO¹, aguardando então a visita dos avaliadores, que poderá ocorrer ainda em 2021.

A proposta de um geoparque na região Seridó do Rio Grande do Norte é mais que uma oportunidade de desenvolvimento do turismo regional, trata-se de uma política de inserção social e fomento de atividades que podem gerar um despertar por ações sustentáveis e de valorização de patrimônios natural e cultural da região. Porém, nota-se, nos últimos anos, a atenção que os próprios órgãos de turismo do Estado estão dando em relação ao geoparque, principalmente por se tratar de uma excelente alternativa de impulsionar a atividade turística em áreas ainda pouco exploradas pelo turismo no Rio Grande do Norte, promovendo a interiorização do turismo. Várias ações de promoção e apoio a comercialização de produtos estão sendo realizadas e incentivadas pelo órgão de promoção do estado e podem ser observadas no plano de retomada do turismo do estado (EMPROTUR, 2020).

Essa nova experiência no estado, aqui se contrapondo ao fator histórico de promoção massificada do turismo de sol e mar, vem sendo vendida como um reforço também no aumento da demanda e circulação da economia local no cenário da pandemia, uma oportunidade encontrada em meio às dificuldades de retomada das atividades turísticas, para apresentar o estado de outra maneira e gerar experiências muitas vezes desconhecidas pelo grande público. E, de acordo com Cobra (2015) “a experiência deve ser um processo contínuo e acumulativo que provoque o aprendizado acerca do lugar”. Os Geoparques Mundiais da UNESCO, certificado pelo Programa Internacional em Geociências e Geoparques, ao redor do mundo possuem o elemento turismo como uma das premissas básicas para sua efetivação, estando na tríade conservação, educação e turismo. Já os roteiros turísticos, são fortes influenciadores na tomada de decisão por novos destinos.

Pode ser a partir do roteiro e das atividades desenvolvidas que a marca de um produto turístico começa a surgir e/ou se consolida. A criação de roteiros turísticos bem planejados fomentando um modelo de turismo sustentável influencia diretamente na conservação e no uso adequado de equipamentos e atividades turísticas. Tavares (2002) e Bahl (2004) corroboram com esse pensamento, ao compreender que o processo de criação de roteiros passa pelo planejamento de ações, elaboração de atividades, divulgação dos atrativos e chega até a comercialização e execução dos serviços que estão inseridos dentro deste contexto chamado roteirização.

¹ Para mais detalhes acessar: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>.

E, de acordo com o Programa de Regionalização do Turismo, módulo de operacionalização 7 Roteirização Turística (2007), a roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos por meio de sua integração e organização (Ministério do Turismo, 2007). Quando uma região passa a ter uma relevância turística para a sociedade local e conseqüentemente seu estado e país, é de fundamental importância que se pense no planejamento das ações que irão ser realizadas nesse ambiente, a roteirização entra nesse contexto como ordenador de produtos e atrativos e capaz de gerar benefícios econômicos e sociais ao envolvidos. São inúmeros os aspectos que devem ser abordados na gestão de um equipamento ou região turística, principalmente quando este, possui elementos naturais que necessitam de uma atenção quanto a sua conservação e valorização. Todos esses elementos, juntos, irão fortalecer destinos em potencial, que buscam desenvolvimento e que necessitam de um fortalecimento em seu gerenciamento. A roteirização eleva a importância de determinadas áreas e estimula a comercialização do atrativo.

Em um geoparque, a comunidade local, está inserida nas ações de proteção do território em seu conceito institucional, esse envolvimento também vai além de contextos econômicos e sociais, os aspectos ambientais devem ser tratados como prioritários e de forma responsável. O envolvimento da comunidade local na cadeia produtiva do turismo está diretamente relacionado ao fluxo de visitantes, quanto maior a demanda de turistas torna-se maior a necessidade de prestadores de serviços locais, não levando em consideração aqui o aumento desordenado da atividade, tendo em vista o amadurecimento e fortalecimento de um turismo sustentável na região.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Desenvolver roteiros geoturísticos no Geoparque Aspirante Seridó a partir da participação dos agentes de mercado que atuam no e com o território

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Identificar os geossítios de maior apelo turístico do Geoparque Aspirante Seridó;
- b) Formatar roteiros articulados às expectativas de atores sociais que atuam no mercado regional;

- c) Contribuir com a formatação de novos produtos turísticos e na promoção do destino Seridó.

1.4 Estrutura da dissertação

Os tópicos seguintes do referencial teórico trazem uma explanação de conceitos relacionados à temática objeto do estudo, os geoparques. Iniciando com a contextualização sobre IGGP que credita ao território a certificação de Geoparques Mundiais da UNESCO - *Unesco Global Geoparks-UGG*, abordando debates e conceitos relacionados ao surgimento das discussões acerca do tema, os primeiros geoparques e forma de gestão. Seguido de uma contextualização sobre o Geoparque Aspirante Seridó e suas características com enfoque nos geossítios de maior apelo turístico. Na sequência, o geoturismo é colocado em destaque, considerando os conceitos levantados nas últimas décadas que são de relevância para o planejamento e desenvolvimento das atividades turísticas dentro de um território e o caracterizando como a tipologia da atividade turística realizada no território de um geoparque. Reforçando o conceito, o subitem do tópico traz conceitos de como ocorre o planejamento do geoturismo em áreas consideradas geoparques.

Os dois últimos tópicos trazem os conceitos de roteirização, a importância do planejamento de roteiros e a regionalização, bem como enfatiza a relevância do empoderamento e do processo participativo da comunidade na elaboração de roteiros turísticos.

Logo, o presente estudo organiza e sistematiza as mais relevantes questões teóricas e práticas que envolvem a temática, cooperando para a sua aplicação no Turismo, bem como, seus apanhados, podem servir como contribuição para futuros estudos sobre o assunto além do uso prático dos roteiros que serão desenvolvidos e poderão fomentar o aumento da atividade turística na localidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Geoparques Mundiais da UNESCO (*UGG - Unesco Global Geoparks*)

Os Geoparques Mundiais da UNESCO “são áreas geográficas únicas e unificadas, onde os locais e paisagens de significado valor geológico internacional são gerenciados com um conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável” (UNESCO 2019).

Um geoparque não é um parque, na perspectiva de uma área protegida ou de uma unidade de conservação da natureza. Porém, os locais de interesse (científico, educativos e turísticos) precisam ser protegidos a partir de estratégias de geoconservação e passem a ser trabalhados em programas educacionais e turísticos, com objetivo de desenvolver uma coerente e coesa rede de integração que gere recursos e empregos para a população local, conhecimento para moradores e visitantes e proteção para o patrimônio da Terra.

As discussões iniciais de seu surgimento se deu por meio de uma conversa que ocorreu em 1996 durante o 30º congresso internacional de geologia, em Pequim na China, entre Nicholas Zouros e Guy Martini, onde preocupados em encontrar alguma forma sustentável para a promoção do patrimônio geológico, tiveram a ideia de criar uma iniciativa que permitisse o desenvolvimento sustentável por meio da proteção e promoção do patrimônio geológico com a finalidade de desenvolver atividades científicas, educativas e turísticas (Medeiros, Gomes & Nascimento, 2015). Logo, os primeiros geoparques foram criados na Europa, no ano de 2000, e sua expansão enquanto conceito vem crescendo com rapidez na quantidade de candidaturas que são enviadas a UNESCO sendo disseminado para outros continentes além de Europa e Ásia.

A criação de um geoparque e a implementação do projeto em um determinado território, pretende incentivar a busca por atividades econômicas sustentáveis com viés turístico nas comunidades locais. Essas atividades econômicas, baseadas na geodiversidade local, e realizada pela comunidade, podem ser de diversos tipos, desde a produção de artesanato à criação de atividades comerciais de apoio ao visitante do geoparque tais como alojamento, alimentação, animação cultural, agricultura familiar, entre outras, pois geoparques também foram estabelecidos para criar melhores oportunidades de emprego para as pessoas que vivem no território, sendo essa uma de suas premissas básicas, promover benefícios econômicos gerado principalmente por meio do desenvolvimento do turismo sustentável.

Um geoparque pode conter vários locais de patrimônio histórico e ou cultural de particular importância, raridade ou apelo estético, porém o foco é o patrimônio geológico,

fazendo parte de um conceito integrado de proteção, educação e desenvolvimento sustentável. Por ter este enfoque inovador, onde a proteção dos locais relevantes se dá pelo envolvimento dos moradores, o Programa Internacional de Geociências e Geoparques tem se tornado cada vez mais popular, contabilizando 169 Geoparques Mundiais da UNESCO em 44 países (em abril de 2021 - mais detalhes em <https://en.unesco.org/global-geoparks>). Desses, apenas um se encontra no Brasil, o chamado Geopark Araripe, situado no interior do Estado do Ceará².

O conceito de geoparques vem se expandindo e avançando com sua filosofia mundialmente, hoje complementam a lista de patrimônios mundiais da UNESCO, com sua criação em 2015 como Programa. Sua base conceitual e objetivos apresentam uma abordagem que interliga três elementos fundamentais e que são a base para a implantação do conceito de geoparque no território: a conservação, a educação e o turismo. No qual, a comunidade deve estar inserida nas ações de proteção desse conceito institucional, principalmente no quesito educação. Esse envolvimento vai além de contextos econômicos e sociais, os aspectos ambientais devem ser tratados também como prioritários.

O envolvimento da comunidade, segundo Farsani, Coelho & Costa (2011, p. 79) é fundamental para que se crie uma atividade com bases sustentáveis e de desenvolvimento econômico, promovendo a diminuição do desemprego e da pobreza, valorização de atividades culturais e fomento da construção de uma identidade local de valorização voltada para os atrativos geológicos que estão sendo explorados como algo único naquela região. Toda a comunidade deve ter ciência desses benefícios e possibilidades que um geoparque é capaz de gerar em determinadas regiões ricas em potenciais turísticos, onde a cadeia produtiva do turismo está diretamente relacionada ao fluxo de visitantes, quanto maior a demanda de turistas torna-se maior a necessidade de prestadores de serviços e de qualificação, aumentando as possibilidades da diminuição do êxodo rural.

Para um território ser considerado um geoparque, são levados em consideração não só as dimensões e os potenciais geológicos, mas também, os aspectos arqueológico, histórico e cultural são analisados. Segundo as recomendações da UNESCO, alguns critérios são imprescindíveis para que uma região tenha uma possível candidatura, deve possuir: tamanho e configuração; gestão e envolvimento local; desenvolvimento econômico; educação e conservação.

“Um geoparque deve contribuir para a conservação de aspectos de grande significado geológico, tais como: rochas representativas, recursos minerais, fósseis,

² Para mais informações, acessar: <http://geoparkararipe.urca.br/>.

paisagens e formas de relevo, que evidenciam informações de várias disciplinas geocientíficas. Não importando qual o ramo da geologia que o geoparque evidencia, o mesmo deve demonstrar as melhores práticas para a sua conservação. Entretanto, cabe ressaltar que os geoparques não são museus geológicos a céu aberto.” (Moreira, 2014, p. 60)

Os Geoparques Mundiais da UNESCO são exemplos de como esse diferencial, colocado aqui como existente da tipologia do geoturismo, pode vir a ser trabalho de uma forma sustentável nos destinos, pois “um Geoparque é uma área com uma herança geológica importante, com uma estrutura de gestão coerente e forte, e onde uma estratégia de desenvolvimento econômico sustentável está em vigor” (UNESCO, 2006).

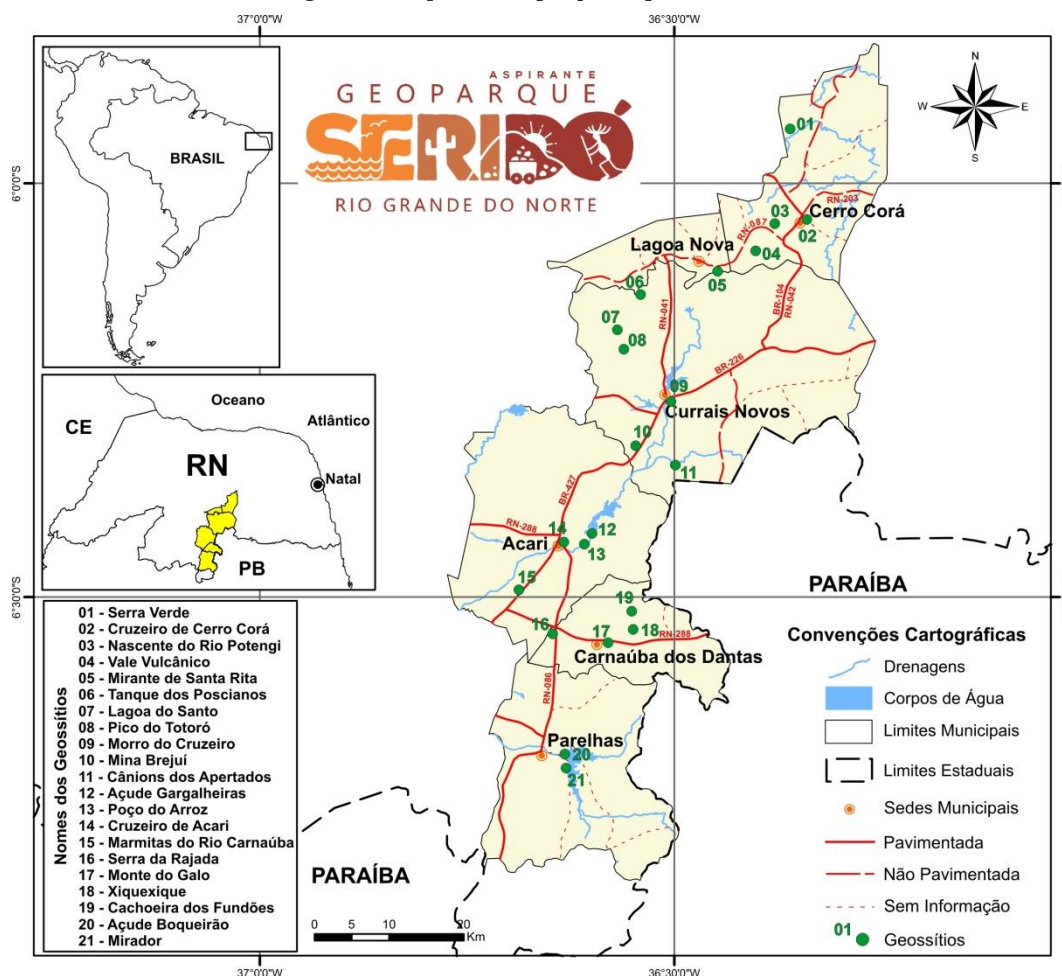
2.2 Geoparque Aspirante Seridó

Localizado no Estado do Rio Grande do Norte, o território formado pelos municípios de Acari, Carnaúba dos Dantas, Cerro Corá, Currais Novos, Lagoa Nova e Parelhas (Figura 6), com uma área de 2.803 km², tem uma história geológica, com notável patrimônio geológico, que data de mais de 2 bilhões de anos, associada a inúmeras ocorrências minerais, com destaque para os maiores depósitos de *scheelita* (minério de tungstênio) da América do Sul.

Associado a isso tem-se feições geomorfológicas com paisagens únicas aliadas a nascente do rio que deu nome ao Estado do "Rio Grande" do Norte, bem como os vários sítios arqueológicos que associados a elementos importante da geodiversidade (minerais e rochas) mostram uma identidade cultural com mais de 10 mil anos. Essa geodiversidade de valor excepcional e internacional configura um patrimônio geológico ímpar que somado ao patrimônio cultural encontram-se inseridos no único bioma exclusivamente brasileiro - a caatinga - com fauna e flora não encontrada em outro lugar do planeta.

De acordo com Nascimento *et al* (2020), a região Seridó do Rio Grande do Norte possui um rico potencial geológico, e foi escolhida a partir de estudos e visões de profissionais com experiência na temática sobre patrimônio geológico, como um território capaz de possuir um geoparque com características e conceitos fundamentados com base no Programa Internacional de Geociências e Geoparques da UNESCO.

Figura 6: Mapa do Geoparque Aspirante Seridó.



Fonte: Nascimento *et al*, 2020.

Em um levantamento mais detalhado sobre o início do projeto e um detalhamento de ações importantes dos últimos anos, Freitas (2019) aborda vários aspectos importantes da trajetória do projeto ao que hoje já passa a ser reconhecido como Aspirante a Geoparque. Cardoso (2013) e Medeiros (2015) também detalham essa trajetória de 10 anos de trabalho no território do Seridó. Vale ressaltar que outros inúmeros artigos e trabalhos acadêmicos citam essa trajetória em busca do reconhecimento da UNESCO e acima de tudo a busca do desenvolvimento de um turismo com aspectos responsáveis e sustentáveis na região, que independente do trabalho que passou a ser desenvolvido a partir das atividades em prol do conceito de geoparques, possui uma área rica em diversos aspectos culturais e naturais que agregam valor ao aspectos geológicos singulares e que se destaca como uma região única no Nordeste Brasileiro, e porque não no Brasil.

Conforme salienta Cardoso (2013, p. 72) “na área que abrange a proposta do Geoparque Seridó já existem iniciativas ligadas ao estímulo à atividade turística, dentre elas encontra-se o Pólo Turístico do Seridó”, onde na atualização do Mapa do Turismo do Brasil, hoje possui os

seguintes municípios membros: Acari, Caicó, Carnaúba dos Dantas, Cerro Corá, Currais Novos, Florânia, Jardim do Seridó, Jucurutu, Lagoa Nova, Parelhas, São José do Sabugi e Serra Negra do Norte (Ministério do Turismo, 2019).

Vários estudos e pesquisas já comprovam que o território possui um rico diferencial geológico, que pode ser explorado de forma responsável por várias atividades do turismo. O Geoparque Aspirante Seridó entra nesse contexto para introduzir de forma participativa com a comunidade, o desenvolvimento, por meio da geração de emprego e renda que a atividade turística pode oferecer. Com seus inúmeros segmentos, o turismo passa a ser a oportunidade de interiorização da atividade capaz de promover novos produtos em um mercado altamente competitivo, aumentando o nível de envolvimento da cadeia produtiva local (Freitas, 2019).

O Geoparque Aspirante Seridó possui atrativos bem definidos e estabelecidos em um território identificado com um potencial de desenvolvimento da atividade elevado. Várias ações do poder público e privado, já são pensadas em prol de uma proposta de elevar o valor turístico da região e a estruturação da visita aos geossítios com base em roteiros estruturados e planejados, os mesmos devem ser vistos como uma necessidade para fortalecer a imagem do produto (a marca Geoparque Seridó) e a promoção do atrativo como um todo.

As figuras 7 a 11, de alguns geossítios de maior apelo turístico, ilustram o potencial da atividade na região Seridó do estado, com destaque para as paisagens e a biodiversidade, dispõe de uma rica geodiversidade.

Figura 7: Geossítio Morro do Cruzeiro, Currais Novos.



Fonte: site Geoparque Seridó, 2020.

Figura 8: Geossítio Mina Brejuí, Currais Novos.



Fonte: site Geoparque Seridó, 2020.

Figura 9: Geossítio Xiquexique, Carnaúba dos Dantas.



Fonte: acervo EMPROTUR, 2020.

Figura 10: Geossítio Serra Verde, Cerro Corá.



Fonte: acervo EMPROTUR, 2021.

Figura 11: Geossítio Cachoeira dos Fundões, Carnaúba dos Dantas.



Fonte: acervo EMPROTUR, 2021.

Os geossítios apresentados nas figuras acima, ilustram o potencial turístico e especialmente geológico que a região do Geoparque Aspirante Seridó possui, enfatizando aqui a importância do geoturismo em todos os seus aspectos. Detalhados com mais profundidade no próximo capítulo.

2.3 Geoturismo: uma modalidade do turismo desenvolvida nos geoparques

Ruban (2015) realizou uma revisão da literatura onde pontuou que durante as últimas duas décadas, o geoturismo tornou-se uma atividade importante em todo o mundo e que possui hoje um importante caminho de pesquisa na área. Em sua pesquisa foram selecionados 165 artigos de jornal em geoturismo e publicações feitas por 417 especialistas de 45 países durante o período de 2012-2014, onde os resultados demonstram que a pesquisa em geoturismo se concentra na Europa, Ásia Oriental, Oriente Médio e América do Sul e as maiores comunidades científicas estão presentes na Itália, no Brasil, na China e na Polônia.

Ainda segundo Ruban (2015), o geoturismo se adequa a locais de elevado valor geológico, denominados geossítios, geoparques especialmente criados e outros objetos relacionados à geologia para fins de turismo e recreação, onde seus principais objetivos incluem a promoção do conhecimento geológico, o aumento da conscientização do patrimônio geológico e suas necessidades de conservação, e a diversificação e desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva do turismo.

Porém, analisando os conceitos e aplicações do geoturismo, o mesmo não se limita apenas a uma atividade específica, como também não se limita a atividades realizadas em locais de significativo valor geológico, seja ela qual for o seu foco. Em um artigo sobre as perspectivas da discussão do termo em níveis globais, Gates (2012), faz um levantamento dos principais responsáveis por esta discussão, onde os autores Newsome e Dowling, são apontados como grandes colaboradores para a pesquisa e desenvolvimento de conceitos que nos levam a compreensão e interpretação do que se entende como significado do geoturismo.

Dowling (2010) coloca que o termo geoturismo está inserido no contexto do meio ambiente, onde sua relação e diferenciação do segmento de ecoturismo e as suas principais atividades está diretamente relacionada ao tipo de turismo que se é motivado a realizar. O autor também agrega ao segmento uma terceira dimensão de sua abrangência, o envolvimento do ambiente abiótico, relacionada a crescente do desenvolvimento de geoparques ao redor do

mundo quando eleva a busca da valorização dos aspectos geológicos da terra, sendo este o cenário onde o geoturismo passa a ganhar foco.

Newsome, Dowling & Leung (2012) corroboram com a ideia de que o geoturismo não necessariamente existe e pode ser aplicado apenas dentro de áreas consideradas geoparques. O termo pode ser utilizado em diversos segmentos do turismo, contando que sua abordagem esteja focada em uma determinada atividade, onde as paisagens e o meio ambiente como um todo sejam os atores principais, ou seja, quase 100% das atividades relacionadas ao turismo, haja vista que o segmento utiliza e muitas vezes se apropria de paisagens, seja ela natural ou cultural, para desenvolver a atividade.

Nascimento, Schobbenhaus & Medina (2009, p. 149) fortalecem essa contextualização para a busca do entendimento do conceito, com a seguinte afirmação; “o geoturismo incorpora o conceito de turismo sustentável, ou seja, o seu objeto deve beneficiar a população local e aos visitantes, mas ao mesmo tempo, ser protegido para as gerações futuras”, não se trata apenas da visita a locais de relevância geológica, mas fatores sociais e culturais são agregados. Para Cardoso (2013, p. 14), o geoturismo pode proporcionar benefícios além dos aspectos sociais, mas, gerar resultados econômicos para os moradores locais, “seja por meio da criação de emprego, renda, serviços de valor agregado, produtos e suprimentos, além de ter um grande papel no desenvolvimento de um local”.

Fortalecendo a questão social das premissas básicas de um geoparque, Moreira (2008), apresenta o geoturismo como tendo por finalidade o aproveitamento dos elementos abióticos em áreas de interesse turístico, que possuam uma relevância geológica e sendo constituído como um grande propulsor da promoção, da divulgação e da valorização da geodiversidade por meio da educação ambiental, que utiliza de meios interpretativos para traduzir a linguagem científica para o senso comum e fazendo com que os turistas e comunidade local passem a contribuir com a conservação dos elementos da geodiversidade e valorização do patrimônio cultural.

Dessa forma, o geoturismo será praticado por aqueles que buscam nos destinos algo a mais do que apenas um conjunto de atividades, e ao mesmo tempo só será oferecido por aqueles atores locais que entendam o papel da atividade para a educação e a conservação das localidades. “Os turistas que buscam ou que acabam realizando o geoturismo podem ser viajantes independentes ou turistas em grupo, podem visitar áreas naturais ou áreas urbanas, construídas onde quer que haja atração geológica” (Newsome, Dowling & Leung, 2012, p. 20).

Pois, por mais que o geoturismo enfoque nas questões geológicas do território, a tipologia não exclui a relação com outras formas de turismo conforme exposto na figura 12.

Onde as linhas sólidas e tracejadas representam caminhos de interconexão, sendo a conexão entre o ecoturismo e o geoturismo representada como uma relação particularmente forte (Newsome & Dowling, 2010 *apud* Dowling 2011).

Figura 12: A relação do geoturismo com outras formas de turismo.



Fonte: Dowling, 2011.

Para Dowling & Newsome (2010), haverá turistas que viajarão pelo mundo em busca de realizar geoturismo em geoparques, assim como hoje existem pessoas que viajam somente para conhecer sítios do patrimônio mundial tombados pela UNESCO, pois o geoturismo proporciona as demais atividades turísticas realizadas no território uma disseminação de conhecimento da geodiversidade local.

O geoturismo pode ainda ser descrito, conforme Dowling (2011), como possuidor de um número de características essenciais, onde esses elementos se combinam para moldar o geoturismo em sua forma atual, esses apontamentos e estudos da temática são capazes de esclarecer as premissas e as finalidades que envolvem os termos geoparque e geoturismo, nos proporcionando uma compreensão mais ampla. Farsani, Coelho & Costa (2011), afirmam que os geoparques podem ser considerados como uma estratégia eficaz para a valorização e entendimento global do termo geoturismo, trazendo como base fundamental a questão do patrimônio geológico e a preservação do meio ambiente como um todo.

2.3.1 Planejamento e gestão do geoturismo em geoparques

O planejamento de um território para uso turístico é um processo que busca a partir de um diagnóstico local, a orientação necessária para o desenvolvimento da região tendo como meta alcançar os objetivos propostos na elaboração desse documento orientador. Barretto (2009) traz a orientação sobre planejamento, como sendo um processo científico, onde implica graus de achismos e previsões baseados no cenário atual e estudos de oferta e demanda, “não devendo ser confundido com profecia” (Barretto, 2009, p. 31). Porém, ainda segundo esse autor, o capital humano na elaboração desse documento requer a participação de especialistas que possuem conhecimento acerca do que se pretende ser resolvido ou com disposição e habilidades para obter esse conhecimento mediante a pesquisa *in loco*. Esse planejamento pode ter vários focos e direcionamentos, seja com uma visão econômica, social ou ambiental, contudo deve ser levado em consideração todos os aspectos juntos.

Lohmann & Panosso Netto (2008), colocam que qualquer que seja o processo de planejamento, ele sempre terá alguns passos básicos e itens essenciais que devem ser levados em consideração, pois “em todo processo de planejamento há diversos atores sociais envolvidos, assim como fatores intervenientes” (Barretto, 2009, p. 65).

De acordo com Barretto (2009) todas as definições e conceitos de planejamento apontam para duas ideias centrais: a de análise e complexidade, que envolvem questões como sistema, processos e mecanismos e a outra é a ideia de ação, sempre voltada para o futuro. Trata-se de um processo dinâmico que está sempre em revisão e sofre correções de rumo com o decorrer de suas aplicações e gestões. Contudo, conforme Medeiros, Gomes & Nascimento (2015), por meio de uma pesquisa sobre o tipo de gestão em Geoparques reconhecidos pela UNESCO, foi apontado que não existe uma legislação que determine qual o tipo de gestão a ser seguido pelos geoparques, o que permite a estes, diferentes formas de planejamento e gerenciamento, de acordo com suas necessidades e demandas. Uma avaliação positiva pode ser observada nesse posicionamento, levando em consideração diferentes aspectos culturais, econômicos e sociais dos países que compõem os programas da organização. As políticas sociais, captação de recursos para o gerenciamento, leis, normas e outras características jurídicas ou sociais não são as mesmas em todas as partes do mundo.

Newsome, Dowling & Leung (2012) realizaram um estudo em dois geoparques, um em Taiwan e outro na Austrália, levando em consideração preocupações decorrentes da falta de uma gestão eficaz em outros geoparques ao redor do mundo, avaliaram os impactos decorrentes da presença do visitante nos locais onde o geoturismo é aplicado.

O estudo apresenta sete pontos, listados a seguir, colocados como sugestões sobre a natureza do geoturismo, no qual os apontamentos levam a compreensão do papel fundamental do planejamento na visão da geoconservação do território, para uma maior compreensão do uso da tipologia, serão apresentados em sua descrição total, conforme referência:

- “1. Para alcançar uma direção clara para o planejamento e gerenciamento, é de fundamental importância que o termo "geoturismo" reconheça sua ênfase nos elementos "geológicos".
2. O geoturismo está crescendo rapidamente e tem capacidade de atrair um número muito elevado de visitantes.
3. Existe a necessidade de geointerpretação de alta qualidade, mas para que funcione, especialmente em locais menos espetaculares, será necessário ter programas ativos de treinamento de pessoal e de guia de turismo. O conhecimento de como fornecer informações geológicas está ausente em muitas situações e é um fator limitante no desenvolvimento de geoturismo bem-sucedido.
4. Dependendo do local e da sua localização, o geoturismo pode resultar em uma ampla gama de impactos. As principais questões são o potencial dano e degradação das formas de relevo e os impactos de alguns consumidores do turismo na experiência do visitante.
5. O gerenciamento do local é um componente vital do geoturismo, mas há preocupações quanto à capacidade e eficácia de gerenciamento. Pode ser necessário restringir e controlar o acesso como uma alternativa ao risco de super desenvolvimento de locais e à criação de uma pegada de gestão excessiva.
6. A pesquisa empírica é crucial para documentar os danos causados pelas formas de relevo, a extensão do comportamento depreciativo do visitante e a eficácia de diferentes opções de gerenciamento, como as que reduzem a caminhada fora da trilha (Hockett, Clark, Leung, Marion & Park, 2010; Park, Manning, Marion, Lawson e Jacobi, 2008). Parte da coleta de dados pode ser oferecida por meio de tecnologia, como vídeos coletados de câmeras de segurança e envolvendo voluntários.
7. A conservação de geossítios, especialmente quando sujeita a altos níveis de turismo, depende de legislação eficaz, gestão eficaz relativa ao acesso ao local (estradas, trilhas), gerenciamento do número de visitantes, desenvolvimento apropriado do local (endurecimento do local, áreas de visualização, sinalização e painéis interpretativos)” (Newsome *et al.*, 2012, p. 26)

São apontamentos voltados principalmente para a preocupação da conservação dessas áreas, o cuidado com que as operadoras devem ter na hora de comercializar pacotes e roteiros para público de massa, que muitas vezes não possuem os cuidados necessários que se espera ao realizar uma visita a um determinado local de riqueza geológica, e que por sua vez não será preservada se a atividade não receber o cuidado necessário, tanto da divulgação como na orientação dos seus visitantes.

Sendo um dos principais itens apontados como preocupantes para a proteção de geossítios, a questão da quantidade de visitantes e como esse acesso aos locais de visitação é

feito, os autores alertam para o uso responsável do território quando afirmam que “alguns locais podem se tornar significativamente degradados como resultado dos impactos cumulativos da visitação” (Newsome *et al.*, 2012, p. 26). A medição desses impactos deve ser levada em consideração no planejamento das atividades de um geoparque, buscando a proteção da geodiversidade local. Geólogos e geomorfólogos começaram a usar o termo "geodiversidade" nos anos 90 para descrever a variedade dentro da natureza abiótica. (Gray, 2004). O termo a partir de então passa a ser compreendido na conservação da natureza, onde (Sharples 2002 *apud* Gray 2004, p. 19), salienta a importância de distinguir os termos “geodiversidade”, “geoconservação” e “geopatrimônio”. Ele os define da seguinte forma:

- “geodiversidade” é a qualidade que estamos tentando conservar,
- “geoconservação” é o esforço de tentar conservá-la, e
- “geopatrimônio” compreende exemplos concretos que podem ser especificamente identificados como tendo significado de conservação.

Dessa forma, a geoconservação é interpretada como parte do planejamento e do gerenciamento do território de um geoparque. E de acordo com Cardoso (2013, p. 126) “os geoparques surgem como mecanismos de promoção do geoturismo, desenvolvimento socioeconômico, cultural e científico, proporcionando benefícios à comunidade local”, onde esses benefícios devem ser apontados e estabelecidos em diretrizes inseridas no planejamento do território a partir do modelo de gestão definido.

Conforme defende Dowling (2009), quando aponta que só existirá a busca para uma administração sábia do destino quando a comunidade local entender o papel benéfico do geoturismo, que protege o patrimônio geológico, ajuda no desenvolvimento de comunidades e trabalha o envolvimento social das pessoas no território. Daí a necessidade de um envolvimento não só da comunidade local, mas a participação de órgãos municipais, estaduais e federais, importantes atores para a definição do melhor modelo de gestão para o território, onde estes serão responsáveis pela elaboração da carta de intenção em busca do reconhecimento junto à UNESCO.

Nesse modelo de Programa da UNESCO não se busca a internacionalização, no contexto de massificação do processo turístico, se busca o incentivo da inserção da sociedade em todas as etapas de planejamento de um geoparque em qualquer que seja o território escolhido, levando-os principalmente ao reconhecimento dos valores científicos, educativos e turísticos,

incluindo questões geológicas, biológicas e culturais da região, onde as etapas de crescimento do destino em níveis globais se tornam gradativas.

Brilha (2009) reforça o conceito de geoparque e sua relevância social quando coloca que são inúmeras as possibilidades de promover o ensino e a divulgação das geociências em geoparques e que todos os geoparques desenvolvem atividades educativas com foco no patrimônio geológico, sendo essas atividades adaptadas a faixa etária dos alunos e podem contemplar ações mais formais com aulas de campo e laboratórios, integrando aspectos da biodiversidade e da cultura local, gerando a possibilidade de um legado sociocultural dos aspectos que envolvem as questões do geoparque.

“O desenvolvimento de um projeto envolvendo diretamente os alunos nos esforços de limpeza, recuperação e conservação de um geossítio pode contribuir para associar o geoparque às escolas da região, os estudantes podem criar ligações afetivas com o geoparque que, de alguma forma, também se estenderão aos elementos da sua família mais próxima”. (Brilha, 2009, p. 30).

Ações voltadas para a educação devem estar presentes no planejamento de um território de um geoparque, pois trata-se de uma das premissas básicas para a implantação. Já a promoção do geoturismo implica diretamente no incremento de fluxos reais de visitantes e turistas, que se deslocam motivados pelas experiências promovidas pelos Geoparques, provocando assim, um crescimento económico local e regional (Rocha *et al*, 2010).

2.4 Planejamento de roteiros turísticos e regionalização

Tavares (2002), descreve roteiros turísticos como itinerários de visitação organizados, sendo este também um termo genérico utilizado para atividades realizadas com a finalidade de turismo. A autora também identifica dez diferentes nomenclaturas existentes relacionadas a roteiros turísticos, que causam certa confusão quanto a sua classificação. Spindler (2013) *apud* Tavares (2002), traz alguns exemplos; rota, roteiro, itinerário, percurso, trajeto, caminho, city tours, pacote, excursão, entre outras, e reforça a dificuldade de interpretação por existir diferentes terminologias para denominar produtos idênticos, assim como terminologias idênticas para denominar produtos distintos.

“De forma geral “podemos entender o roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e

estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro” (Brasil, 2010).

Uma das mais relevantes considerações de Tavares (2002) ao se referir ao planejamento dos roteiros é o grau de valorização dos atrativos quando são adicionados a uma determinada programação pré-definida, agregando ainda mais valor seja ele histórico, científico, cultural, entre outros valores. Essa programação consiste na junção de diversos outros serviços que juntos irão proporcionar a experiência do destino. De acordo com Bahl (2004) é importante levar em consideração a distância percorrida dos roteiros para uma melhor adequação dos serviços turísticos, dos locais a visitar, dos meios de hospedagem e alimentação, assim como as necessidades particulares e específicas de cada grupo ou indivíduo.

Para Brambatti (2002) *apud* Richter *et al* (2016), o mesmo entende roteiro turístico como o percurso ou caminho percorrido por turistas, onde os atrativos se encadeiam de forma organizada, e as paisagens, cultura e arquitetura se fundem. Ou seja, para que possa existir um roteiro, é necessário um planejamento e a existência de uma infraestrutura mínima para atender ao visitante, formando uma cadeia produtiva. Os roteiros podem ser organizados por agência (roteiro programado) ou criados pelo próprio turista (roteiro espontâneo).

Moletta (2002) *apud* Richter *et al.* (2016) define como um pequeno plano de viagem em que o turista tem a descrição de todos os pontos a serem visitados, o tempo de permanência em cada local e a noção dos horários de parada.

Bielinski *et al.* (2016) afirmam que esse processo de planejamento e elaboração de roteiros é algo complexo e que possui diversas etapas. Dessa maneira “deve-se estabelecer um objetivo que defina o que se pretende alcançar com a oferta turística (Cañizares, 2008; Bielinski *et al.*, 2016). E para realizar tal planejamento é de fundamental importância a participação do setor público e da sociedade civil, assim como orienta o Ministério do Turismo por meio das Instâncias de Governança Regionais (IGR), “devendo sintetizar informações sobre estudos e inventários da oferta e demanda turística local; capacidade de investimentos e financiamentos públicos e privados; e a capacidade das empresas em promover e comercializar o roteiro” (Bielinski *et al.*, 2016). Assim, de acordo com o Ministério do Turismo, após esta avaliação inicial, pode-se iniciar o processo de elaboração de roteiros, seguindo as etapas a seguir (Quadro 3):

Quadro 3: Etapas de elaboração de roteiros.

Envolvimento dos atores:	Geralmente os representantes das IGR identificam e sugerem pessoas a partir do conhecimento dos grupos do poder público, privado e comunidade.
--------------------------	--

Definição de competências e funções:	Definir tarefas e os responsáveis para desenvolver as ações, métodos e inserir o roteiro no mercado turístico.
Avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos:	Avaliar e classificar conforme suas características: naturais; culturais; econômicas; realizações técnicas, científicas e artísticas; eventos programados. Desta maneira é possível identificar elementos que podem influenciar, no desenvolvimento e promoção roteiro, e a melhor estrutura para receber os turistas.
Análise de mercado e definição de segmentos:	Identificar a segmentação do mercado, potencialidades, tendências e concorrentes; perfil, características e desejos da possível demanda; adequações necessárias para estruturar-se como um roteiro turístico.
Identificação dos possíveis impactos socioculturais, ambientais e econômicos:	Deve ocorrer desde as primeiras etapas do processo e ser mantido através de monitoria e avaliação constante. Ressalta-se que os impactos gerados podem ser tanto positivos, quanto negativos e mediante esta análise deverão ser tomadas decisões acerca da necessidade de adequação do roteiro.
Elaboração do roteiro específico:	Transformação do roteiro em produto, viabilizando questões como a acessibilidade, distância e tempo entre os atrativos e permanência nos mesmos; qualificação da mão de obra; oferta de meios de hospedagem, alimentação, lazer e serviços de apoio como transporte e guias turísticos; hospitalidade local.
Levantamento das ações necessárias para a Implementação do roteiro turístico:	Analisar questões como: infraestrutura turística e de apoio ao turismo, qualificação dos equipamentos; capacitação; aspectos legais, políticos, socioculturais e ambientais. Estabelecer a capacidade de carga, que se trata do nível máximo de uso de determinado atrativo, com alto nível de satisfação por parte do visitante, atribuindo mínimos efeitos negativos aos recursos utilizados.
Fixação dos preços a serem cobrados e teste do roteiro turístico:	O processo deve ser realizado pela iniciativa privada, atuantes especificamente no ramo turístico, balanceando questões de custos e despesas necessárias para a existência e desenvolvimento do roteiro, lucratividade pretendida e observação do preço da concorrência para fins de competitividade.
Qualificação dos serviços turísticos:	Analisar a capacidade do roteiro em atender as necessidades e expectativas dos turistas. Para tanto, é importante que haja o cadastramento e capacitação dos profissionais de serviços turísticos, a qual deve ser avaliada constantemente, inclusive durante a fase de operação do roteiro; classificação e fiscalização regulamentar referente aos padrões de qualidade de serviços turísticos; certificação da qualidade dos produtos e serviços turísticos.
Promoção e comercialização:	As ações devem ser realizadas pela iniciativa privada, no entanto, o poder público poderá apoiar o processo. Estas ações devem se basear no Plano de Marketing desenvolvido no Plano de Negócios, sendo caracterizadas por: promoção de eventos, rodadas de negócios e caravanas; apoio a ações de empreendimentos turísticos; criação de guias turísticos; elaboração e disponibilização de materiais promocionais; participação em feiras.

Monitoria e avaliação:	Deve ser criado um Plano de Monitoria e Avaliação para acompanhar continuamente a implementação dos roteiros, de seus processos de desenvolvimento e eventos. Para que este plano seja eficiente é necessário que contenha indicadores para cada fase do processo de roteirização e etapas posteriores a implementação, para que seja possível mensurar os impactos ambientais, socioculturais e econômicos.
------------------------	--

Fonte: adaptado de Bielinski *et al*, 2016.

Apesar das orientações do órgão oficial de fomento ao turismo do Brasil, as etapas de elaboração de roteiros podem ser adaptadas e baseadas em diversas outras fontes de modelos que podem ser utilizadas de acordo com as necessidades de cada região, “instituições como a UNESCO, o Conselho da Europa e ainda outros órgãos nacionais e regionais, a fim de alcançar seus financiamentos, auxílio e proteção”. Bielinski *et al.* (2016) fornecem modelos de etapas para elaboração de roteiros turísticos.

Bielinski *et al.* (2016) ressaltam também a importância de realizar um processo de avaliação e aceitação do produto criado bem como suas necessidades de adequação, melhorias e modificações conforme as demandas do consumidor. Dessa forma, para que o roteiro passe a ter sucesso e se manter de forma atrativa ao turista, podendo se fortalecer com o tempo, “é necessário que a criação do roteiro seja fundamentada em um desenho temático concreto, com prioridades bem definidas e esclarecidas” (Bielinski *et al.*, 2016). O planejamento de um roteiro consiste em um elevado levantamento de dados e uma dedicação de tempo quanto a sua formatação e adequações para que o objetivo seja alcançado e os esforços possam refletir na viabilidade do produto.

Também é preciso definir as competências e função de cada um dos agentes envolvidos no processo de roteirização. O Ministério do Turismo apresenta um quadro com estas competências (Quadro 4):

Quadro 4: Competências para a elaboração de roteiros turísticos segundo o MTur.

Ao Ministério do Turismo	• Elaborar e disponibilizar material didático e orientação para a elaboração de roteiros turísticos;
--------------------------	--

	• articular, junto às diversas instituições governamentais e não governamentais, ações e programas convergentes, em âmbito federal; • prestar apoio técnico e financeiro às UF's no processo de roteirização, conforme disponibilidade; • induzir a apoiar o processo de roteirização junto às UC's; • apoiar a promoção, divulgação e comercialização dos roteiros turísticos; e • definir parâmetros de qualidade dos serviços turísticos.
Aos Órgãos estaduais de Turismo	• Divulgar orientações e distribuir material didático do Ministério do Turismo sobre o assunto; • articular, junto às diversas instituições governamentais e não governamentais, ações e programas convergentes em âmbito estadual; • monitorar e avaliar o processo de roteirização, com base nos modelos de indicadores disponibilizados pelo Ministério do Turismo; • induzir e apoiar o processo de roteirização nas regiões turísticas do estado; e • apoiar a promoção, divulgação e comercialização dos roteiros turísticos.
Ao Órgão Municipal de Turismo	• Mobilizar e integrar os agentes locais para a participação no processo; • oferecer apoio técnico e financeiro, conforme disponibilidade; • levantar e disponibilizar informações atualizadas sobre o município; • dotar e zelar pela infraestrutura turística e de apoio ao turista do município; e • regular e ordenar a atividade turística, em âmbito municipal.
Aos parceiros compete	• Capacitar empresários de micro e pequenos empreendimentos turísticos; • contribuir para a inovação e adequação tecnológica dos produtos turísticos, promovendo a captação de investimentos;

	• estimular a criação e consolidação de novos roteiros turísticos; • fomentar ações para a promoção da cultura; • apoiar a elaboração e promoção da cultura; • apoiar a elaboração de promoção de roteiros; • desenvolver programas de qualificação e valorização de produtos e serviços ligados à cadeia produtiva do turismo; • qualificar a oferta turística, ajustando-as às exigências da demanda.
À iniciativa privada	• Criar redes de ações com empresários do setor e o poder público; • elaborar e gerenciar os roteiros; • promover e comercializar os roteiros turísticos; e • qualificar seus produtos e serviços.

Fonte: adaptado de Richter *et al*, 2016.

De acordo com Ramos (2012), quando pensamos na busca pela regionalização do turismo, o território deve ser analisado como um transformador social, e não apenas identificado como um espaço territorial. Suas características sociais, culturais, econômicas e ambientais, são apenas agentes integrantes de uma visão mais complexa de desenvolvimento para o município, que segundo Lohmann & Panosso Netto (2008), corrobora com o direcionamento expresso no Plano Nacional de Turismo, capaz de provocar mudanças na sociedade envolvida, sendo esta uma política mobilizadora alinhada com planejamento e o processo de desenvolvimento local, sempre de forma articulada e compartilhada com a sociedade.

Hall (2001), para complemento, discute em sua obra as políticas e o planejamento turístico, e que os agentes públicos devem se preocupar com inúmeras questões que influenciam diretamente no desenvolvimento da atividade turística, com as questões de infraestrutura de acesso, de educação, de saúde e principalmente no envolvimento da comunidade em ações e atividades relacionadas ao segmento. Desta maneira, compreendido que, a viabilidade de roteiros turísticos está diretamente associada às condições de acessibilidade e logística da região, além de diversos outros fatores que agregam valor na construção do produto que será ofertado ao consumidor final.

Segundo o Ministério do Turismo (2007), por meio do programa de regionalização, “para implementar esse modelo é necessária a organização de um espaço geográfico em regiões, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada da

atividade turística”. Depois de estabelecido o desenvolvimento articulado das regiões turísticas, faz-se necessário o planejamento de outra importante etapa de inserção da atividade turística: a roteirização. E ainda de acordo com as orientações do MTur, o papel dos gestores públicos nesse cenário é induzir e incentivar a iniciativa privada para a elaboração dos roteiros turísticos, assim como colocado por Dreher & Salino (2008, p. 3) no qual afirmam que as “reflexões sobre as implicações do desenvolvimento turístico devem ser realizadas por todos que atuam direta ou indiretamente na atividade, cabendo à comunidade e ao *trade* turístico, unirem esforços para planejar o desenvolvimento turístico em nível regional, aumentando a força política, empresarial e comunitária”. O que não impede a gestão pública de realizar também roteiros institucionais com foco na divulgação dos atrativos locais e realizar a promoção de novos produtos por meio da roteirização.

“Roteirizar é uma forma de organizar e integrar a oferta turística do País, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização é voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região” (Ministério do Turismo, 2007).

É a partir dessa promoção de novos produtos, aqui exemplificada por meio de roteiros turísticos planejados, que se torna possível identificar um dos fatores do aumento no fluxo de turistas nas regiões. Kohler & Durand (2003), também relacionam a implantação de roteiros turísticos com o impacto positivo na atividade turística, gerando a oferta de emprego e diminuição do êxodo rural, arrecadação de impostos, dentre outras consequências benéficas para o destino.

As formas como a divulgação dos roteiros são conduzidas também devem ser bastante cautelosas, buscando sempre atingir o público-alvo. Kohler & Durand (2003) ainda acrescentam que, com o aumento da oferta de atrativos proporcionadas por novos roteiros, há uma tendência que o turista aumente o seu tempo de permanência, e, conseqüentemente, o seu gasto médio na região, o que faz levar em consideração não só a busca por novos perfis de visitantes, mas a demanda já existente deve também ser levada em consideração como um potencial consumidor deste novo produto que pode ser ofertado como agregador a outros produtos/roteiros já comercializados.

Segundo Creato (2005) *apud* Richter *et al* (2016), o roteiro turístico é definido como sendo aquele que aborda temas específicos, além de identificar e combinar as principais

potencialidades do ambiente natural e cultural de uma região, interpretando-as, combinando-as e transformando-as em produtos turísticos comercializáveis.

Para Richter *et al* (2016 p. 16):

“O objetivo principal é oferecer ao consumidor/turista a maior gama de informações sucintas, mostrar o local que será visitado e seus principais diferenciais, estimulando no turista seu interesse para conhecer cada atrativo. Para tanto, deve-se organizar as visitas da melhor forma possível, de acordo com as possibilidades, levando em consideração os interesses do turista ou grupo de turistas”.

Esse processo de criação de roteiros busca enfatizar não só os aspectos de apelo turístico natural, mas agregar ao produto aspectos sociais que elevam o grau de interesse do consumidor final, especialmente quando se existe uma busca cada vez acentuada de inserção dos atores nesse processo de construção de uma identidade local em aspectos turísticos, a busca pelo empoderamento das comunidades locais.

2.5 Processo participativo na construção de um roteiro turístico

A participação de diferentes atores no desenvolvimento do turismo há muito se tornou uma prática estabelecida nos países desenvolvidos e vem ganhando força. O turismo bem-sucedido, segundo Richter *et al.* (2016), exige uma abordagem “centrada nas pessoas”, onde os habitantes locais são ouvidos no processo de tomada de decisão sobre a abrangência da atividade e o tipo de desenvolvimento que se pretende. “A participação da comunidade e a capacitação compreendem um dos pontos-chave [sic passim] de qualquer estratégia que visa a difundir os benefícios econômicos do turismo, principalmente para as comunidades marginalizadas” (Richter *et al.*, 2016, p. 157).

Quando pensamos no desenvolvimento de atividades turísticas, o patrimônio histórico e cultural, material ou imaterial, é de fundamental importância para a elaboração de produtos turísticos, sejam eles tangíveis ou intangíveis. Este patrimônio agrega ao produto turístico as características da identidade local e pertencimento daqueles que dependem das atividades inseridas nesse contexto de comercialização do destino. Trata-se de um constante desafio para os gestores públicos e a iniciativa privada, a manutenção, adaptação e criação de novos atrativos utilizando principalmente dos aspectos culturais para elaboração de uma experiência diferenciada ao turista.

De acordo com Richter *et al.* (2016, p.126) “é importante que a comunidade local tenha consciência dos aspectos positivos e negativos que a atividade turística irá trazer para a sua localidade e região”. Pois, a comunidade local precisa estar envolvida no planejamento turístico uma vez que dela dependerá a receptividade e vários outros serviços e demandas para atender aos turistas, entre eles: hospedagem, alimentação e estrutura de apoio, por exemplo. E o mais importante desses aspectos positivos, a geração de novos empregos e o incremento nos negócios já existentes.

“Já em relação aos aspectos negativos, estão o aumento no fluxo de automóveis nos finais de semana, maior quantidade de lixo e aumento da poluição sonora entre outros que devem ser levados em consideração por ocasião do planejamento. Se a população não estiver ciente dos aspectos negativos, poderá inviabilizar a atividade turística” (Richter *et al.*, 2016, p.130).

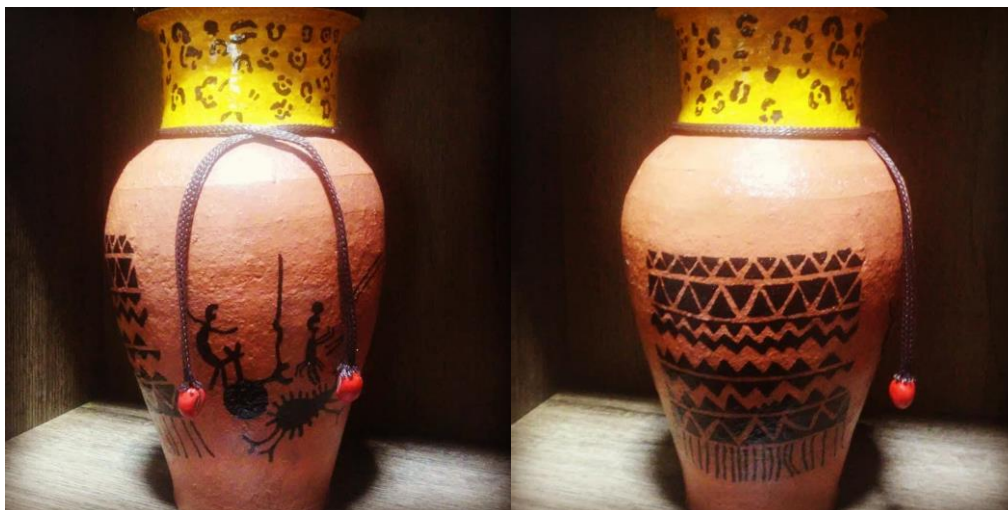
Os roteiros culturais são exemplos de como o papel da comunidade local é fundamental para a criação desses produtos, pois não somente os elementos materiais compõem a criação de atrativos, os saberes locais, pertencentes a cultura local, são a base para o desenvolvimento de algo que proporciona, acima de tudo, uma experiência da localidade em que se visita. O Ministério do Turismo conceitua o turismo cultural da seguinte forma: “Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (Brasil, 2010, p. 15).

A comunidade, possuidora das riquezas culturais que são comuns ao cotidiano, muitas vezes não consegue identificar o potencial turístico em que está envolvida, com as mais simples e comuns ações, e o quão tal atividade pode ser geradora de receita. Quando a comunidade passa a enxergar a valorização de um bem material ou imaterial e que esse pode ser um diferencial a ser agregado na construção de um produto turístico, ele passa a entender a atividade como uma alternativa de geração de renda. Mas esse reconhecimento passa por diversas etapas, seja na capacitação profissional, na orientação por meio de consultoria e até mesmo por demandas turísticas não planejadas que acabam gerando fluxo e interesse dos visitantes.

O encontro com turistas de forma espontânea ou planejada gera uma experiência e interação com a comunidade, intercâmbio de cultura e fortalece os pequenos empreendedores que apostam no turismo como uma alternativa sustentável, especialmente em pequenas

localidades. A gastronomia, o artesanato, peças como as do artista José Evangelista (Figura 13), passam a ser vistas como parte de um produto maior.

Figura 13: Peças do artista José Evangelista de Carnaúba dos Dantas.



Fonte: José Evangelista (arquivo pessoal), 2019.

Esse tipo de expressão cultural agrega sentimento, valor e diferencial na elaboração de um roteiro turístico. Esses atores da comunidade passam a ser inseridos num contexto de parte do produto ofertado, onde sua culinária, serviço ou arte tornam-se destaque. A experiência que a comunidade pode levar aos visitantes é algo que se busca a cada dia quando se pensa em turismo.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2015) “o turismo por si é uma atividade intrinsecamente experiencial, pois o indivíduo sai do seu local habitual para viver no espaço de outros, diferente da sua rotina”. As pessoas viajam por inúmeros motivos, mas a experiência que pode ser vivida torna-se um diferencial na escolha do destino.

Alguns roteiros turísticos trabalhados na região Seridó do estado, utilizam como destaque para sua comercialização os atrativos naturais de maior relevância turística, pouco se trabalha a questão da experiência que está sendo proporcionada aos clientes. Um roteiro que chegou a ter essa preocupação com a experiência e a inserção da comunidade em sua ótica de execução, foi o projeto coordenado pelo SEBRAE-RN em 2004, chamado Roteiro Seridó.

“Tal roteiro é uma proposta de roteirização elaborado para ser executado nas cidades do Seridó potiguar que abrigam os atrativos regionais de mais expressividade, possibilitando assim, a visitação e o contato com a natureza característica da localidade mencionada” (Silva & Sonaglio, 2013).

Segundo informações do Plano de Turismo Sustentável (2004) “o Roteiro Seridó foi criado em 2004 com a finalidade de promover o desenvolvimento do setor turístico da região do Seridó potiguar, utilizando-se de suas potencialidades nessa área”, sendo organizado em parceria e com a participação do governo do estado, prefeituras, instituições de ensino superior e outros órgãos.

“Para a realização do “Roteiro Seridó” foram desenvolvidas ações a fim de diagnosticar o potencial turístico das cidades que o compõem. Então, como resultado do “1º Roteiro de Orientação – Seridó” que foi promovido pelo SEBRAE (2005a) foram elaborados: a) o roteiro em si; b) o descritivo detalhado do roteiro em linguagem comercial que inclui serviços de hospedagem, alimentação e atividades a serem realizadas durante o roteiro.” (Silva & Sonaglio, 2013).

O estudo realizado por Silva & Sonaglio (2013), detalha uma série de informações sobre o processo de planejamento e criação do Roteiro Seridó, mas algumas informações importantes e pertinentes a esta pesquisa serão destacadas a seguir, a partir da análise SWOT feita em 2013 pelos autores, onde já à época foi possível identificar a preocupação de uma política ou planejamento que viesse a trabalhar o aumento do papel da comunidade local na criação desses roteiros (Figura 14).

Figura 14: Análise SWOT proposto por Silva e Sonaglio (2013) para o Roteiro Seridó.

ANÁLISE SWOT	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
• Integra roteiros temáticos. • Apresenta os principais atrativos naturais e monumentos locais. • É praticado em grupo. • Faz uso de transporte alternativo. • Permite o contato com a natureza e a população local. • O itinerário é acompanhado por guia de turismo ou orientador turístico. • Utiliza pousadas e restaurantes locais. • Apresenta a gastronomia e o artesanato local. • Contempla a faixa etária de 20 a 50 anos. • O público é composto por empresários e estudantes.	• Há ausência de sinalização nas estradas de acesso aos atrativos e nos próprios atrativos. • O acesso aos atrativos naturais localizados em propriedade privada depende da disponibilidade dos proprietários. • Os atrativos não possuem nenhum tipo de proteção por parte de poder público ou de algum outro órgão. • Os atrativos já apresentam desgaste natural por falta de restauração. • Não é desenvolvido o estudo da capacidade de carga. • O clima semiárido dificulta a prática do roteiro no período de setembro a janeiro. • Há dificuldade de acesso aos atrativos no período de chuvas por causa das péssimas condições das estradas. • Falta de acessibilidade para deficientes e pessoas com dificuldades de locomoção. • A não comercialização de alguns roteiros descritos no site do “Roteiro Seridó” e a não utilização de alguns dos equipamentos turísticos.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Elaborar um projeto de visitação voltado para população local. • Desenvolver um projeto de restauração e conservação aos atrativos naturais e monumentais. • Realizar o estudo da capacidade de carga em cada atrativo. • Formar outros roteiros utilizando outros atrativos. • Melhorar as estradas de acesso aos atrativos. • Efetuar todo o itinerário do roteiro sob o acompanhamento de um guia de turismo. • Construir a infraestrutura adequada para a visitação os atrativos seja acesso, sinalização, ou outra. • <u>Incentivar outros profissionais para atuarem no receptivo local</u> • <u>Oportunizar envolvimento de mais indivíduos da comunidade no processo do turismo.</u>	• A infraestrutura precária das estradas de acesso ao Totoró e aos Apertados. • O estado de conservação dos atrativos. • Os atrativos das outras cidades que integram o Roteiro Seridó. • O desgaste natural que os atrativos sofreram e sofrerão ao longo dos anos. • A infraestrutura dos sítios arqueológicos Xique Xique I e II. • Outros roteiros dotados de infraestrutura turística acessível. • A inexistência de novos produtos turísticos.

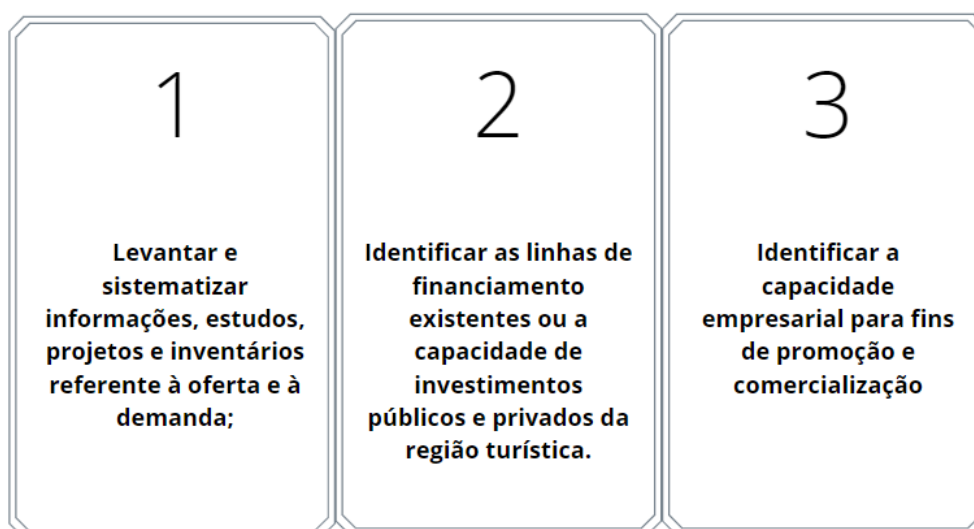
Fonte: Silva e Sonaglio, 2013.

Incentivar e promover o envolvimento das pessoas no processo de comercialização de roteiros turísticos é fundamental para o fomento da atividade turística local. Isso foi destacado desde o planejamento do roteiro Seridó, apresentando como objetivo geral:

“Criar um novo produto turístico, diferenciado e inovador, em roteiros que promovam a regionalização e a integração homem com a natureza, dentro de limites que garantam a sustentabilidade ambiental, econômica, cultural, social e política, gerando novos empregos e melhorando a renda da população seridoense, com respeito à cultura e ao meio-ambiente”. (SEBRAE, 2004, p. 39 *apud* Batista & Gomes, 2015).

O processo de planejamento e criação de um roteiro, segundo informações do Ministério do Turismo por meio do curso de Regionalização do Turismo realizado em 2010, passa principalmente pelo reconhecimento da realidade da região, seus aspectos sociais, culturais, comerciais e seu potencial mercado turístico (Figura 15). Ainda de acordo com o Mtur (2010), no curso Roteirização Turística Promoção e apoio a comercialização, é apresentado uma relação para realizar uma análise situacional de um destino, ilustrada no quadro a seguir:

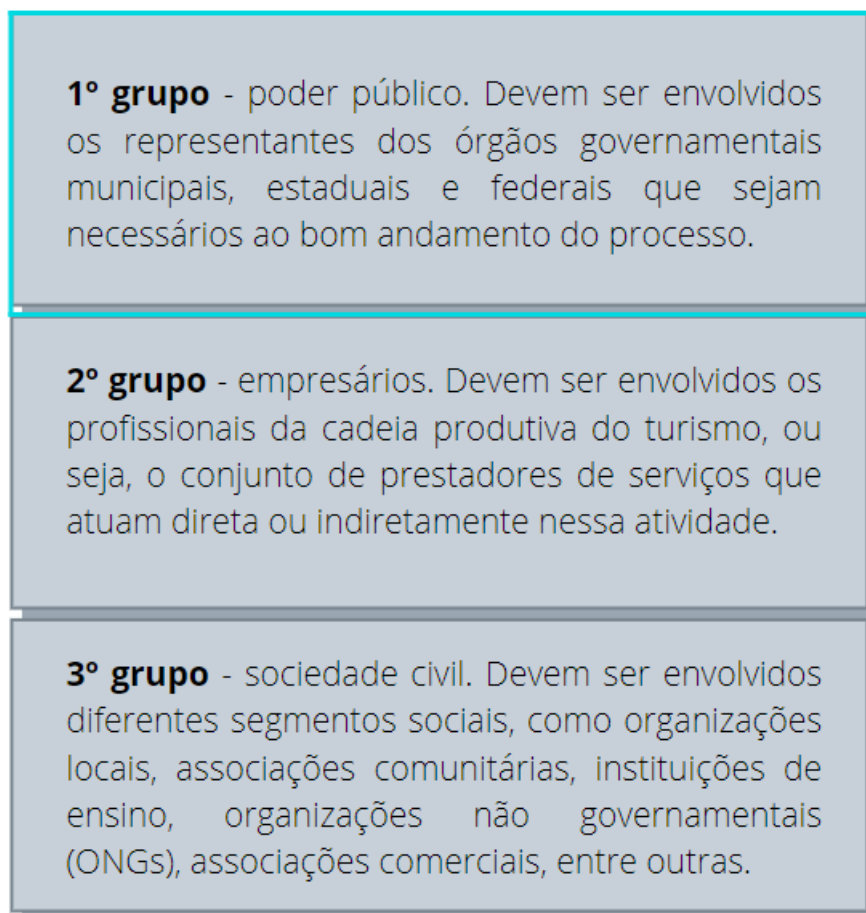
Figura 15: Análise situacional do destino.



Fonte: Adaptado do Ministério do Turismo, 2010.

Essa análise geral da situação da região e do destino vai nortear os passos seguintes do processo de criação do roteiro, sendo um deles, de acordo com Mtur (2010), o envolvimento dos atores locais. “Que em geral são representantes das Instâncias de Governança Regionais das regiões turísticas” (Mtur, 2010, p. 27). Esses representantes também devem indicar as pessoas a serem envolvidas no processo. E, de acordo com o programa de regionalização do turismo, são divididas em 3 grupos, conforme descrição (Figura 16):

Figura 16: Grupos envolvidos no processo de roteirização.



Fonte: Adaptado do Ministério do Turismo, 2010.

A importância de envolvimento dos três grupos acima relacionados é fundamental para o processo de roteirização, principalmente quando trata-se da formatação de um produto turístico que leva a identidade do destino em suas características comerciais e de promoção.

“O planejamento participativo tornou-se peça-chave na validação de muitos projetos em diferentes áreas. Na atualidade, a participação dos atores envolvidos tem sido requisitada pela comunidade acadêmica e por algumas iniciativas governamentais com o objetivo de inseri-los nas discussões e debates em torno de questões fundamentais, para a melhoria da qualidade de vida local. Em relação ao turismo, a participação é ainda mais relevante, uma vez que os benefícios e os impactos desta atividade afetam diretamente a comunidade receptora”. (Richter *et al*, 2016, p. 175).

Para Gandin (1994), a ideia é defendida de que o planejamento participativo é uma forma que possibilita o envolvimento de todos os indivíduos na organização, desenvolvimento ou construção de algo importante e de interesse do grupo. O autor ainda coloca que é através dele que se pode decidir, por exemplo, qual é o tipo de turismo adequado para o local, as

capacitações necessárias para a qualificação profissional dos membros da comunidade e o que se espera dessa atividade.

“A comunidade local deve participar das decisões a serem tomadas como forma de garantir a integridade e inclusão social. Devem ser levadas em conta as características de cada localidade, a fim de que se possa destacar suas principais qualidades e torná-la um atrativo a ser desenvolvido pelo turismo de forma organizada”. (Richter *et al*, 2016, p. 176).

As decisões de caráter compartilhado e delegado geralmente ocorrem através de grupos, no Rio Grande do Norte essa prática é comum nos conselhos dos polos regionais, geridos pela secretaria de turismo do estado e pelas instancias de governança. De maneira geral, nem sempre as decisões tomadas em grupo, seja em qual segmento for, se constituem em decisões democráticas, na medida em que a principal característica da decisão grupal consiste na influência que cada integrante recebe dos demais. “Uma decisão em grupo depende de fatores como habilidade de liderança por parte de alguns membros, persuasão, formação de subgrupos, temperamento dos integrantes do grupo”. (Maximiano, 2004).

Em se tratando de sua aplicabilidade no turismo, essa lógica de descentralização e de participação no processo decisório se legitimou, em especial com a criação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, em 1994, no qual se disseminou como premissa de base “reunir pessoas de cada município para discutir turismo e tentar através de uma metodologia específica de enfoque participativo sensibilizá-las para que eles (sic) fossem as alavancas do fenômeno turístico” (EMBRATUR, 2002, p.8).

Conforme Roso & Romanini (2014) o termo empoderamento comunitário tem suas origens nos Estados Unidos. Os autores abordam uma definição de empoderamento comunitário relacionada à organização das comunidades no que concerne à resolução de problemas sociais e melhoria de suas condições econômicas.

De acordo com Paula *et al.* (2018), quando existe uma interação dos atores locais no alinhamento de seus interesses, pode-se chegar a uma gestão adequada, eficiente e eficaz, independente da diversidade dos *stakeholders*. Porém, para constituir uma governança eficaz é necessária uma preparação prévia das partes interessadas, com trabalho e desenvolvimento de habilidades para facilitar a comunicação, o empoderamento e o relacionamento entre elas. Daí, a importância nesse momento, de uma compreensão teórica sobre o papel desses atores no processo de pensar o turismo:

“The central thesis of stakeholder theory accentuates that in order to use tourism as a tool for sustainable development, there must be a balance of power among its actors so that the overarching social equity, ecological integrity and economic pillars of a tourist destination can be achieved and sustained (Seba, 2012). The importance and value of involving and participating stakeholders whose interests and well-being are ought to be impacted by the tourism development ramifications can be better explained using stakeholder theory. In tourism research, stakeholder theory explains the diverse relationships among all relevant parties who have a stake in the tourism development and their respective interest on the stake at hand (Donohoe et al, 2015; Freeman, 1984; Yodsuwan & Butcher, 2012 apud Wondirad & Ewnetu, 2019)”.

Contribuindo com essa contextualização teórica, Delgado (2011) traz que a teoria dos *stakeholders* foi criada por Edward Freeman, em 1984, com objetivo principal de ampliar o alvo das empresas, dos acionistas para os grupos de interesse. Logo esse conceito foi sendo adaptado a diversos modelos teóricos que passaram a estudar as distintas abordagens dadas aos grupos de interesse.

No que concerne ao setor do turismo, a capacitação, a organização e o empoderamento desses *stakeholders* são de fundamental importância, visto que promovem parcerias e o compartilhamento de conhecimentos comuns visando ao desenvolvimento do destino. Nesse sentido, o empoderamento da comunidade assume uma função direta na diminuição de possíveis conflitos advindos de uma imposição não planejada da atividade turística (Rabinovici, 2011).

Em muitos casos, percebe-se que determinados *stakeholders* (como o *trade* turístico) podem exercer mais influência nos rumos de um planejamento turístico do que outros grupos de interesse, a exemplo da população local. Mas é importante enfatizar que a participação dos *stakeholders* no processo de planejamento envolve a disposição dos grupos de interesse em participar, assim como a criação, por parte sobretudo dos órgãos públicos, de espaços para a participação da população local e outras entidades com interesse em questões relativas ao turismo, criando canais de comunicação que permitam que todos os *stakeholders* tenham ciência da existência desses espaços colaborativos. (Delgado, 2011, p. 41).

Identificar as partes interessadas e importantes nesse processo de planejamento das atividades turísticas é fundamental, e Paula *et al* (2018) apresenta algumas maneiras de realizar esse levantamento de informações. Destaque para o método desenvolvido em conjunto por AccountAbility, Programa Ambiental das Nações Unidas e Stakeholder Research Associates, método que permite identificar as partes interessadas em cinco distintas dimensões (Quadro 5):

Quadro 5: Identificação das partes interessadas (empresas).

Por responsabilidade:	São as pessoas ou instituições que têm ou terão responsabilidades legais, financeiras e operacionais de acordo com os regulamentos, contratos, políticas ou práticas. Podemos citar o governo municipal ou estadual quando emite, por exemplo, uma licença ambiental por órgão competente ou uma licença de funcionamento de um estabelecimento pela vigilância sanitária.
Por influência:	As pessoas ou instituições que são ou serão capazes de influenciar a capacidade da organização para atingir seus objetivos, se suas ações podem favorecer ou dificultar o seu desempenho. São pessoas com influência informal ou com poder de decisão formal, como por exemplo, as organizações não-governamentais e sindicatos.
Por proximidade:	São as pessoas ou instituições com quem a organização interage , incluindo partes interessadas internas ou relacionamentos de longo prazo com a organização, ou aqueles a quem a organização depende de suas operações diárias e que vivem perto das plantas de produção, como por exemplo, as comunidades locais .
Por dependência:	São as pessoas ou instituições mais dependentes da organização , como, por exemplo, os funcionários e suas famílias, clientes cuja segurança, subsistência, saúde ou bem-estar depende de seus produtos ou os fornecedores para quem a empresa é um cliente importante.
Por representação:	São as pessoas ou instituições que, através de estruturas regulamentares ou culturais/ tradicionais , representam outros. Por exemplo, os líderes das comunidades locais, representantes sindicais, consultores, representantes de organizações da sociedade, e assim por diante.

Fonte: adaptado de Paula *et al*, 2018.

Assim como ocorre nas empresas, o território também conta com vários atores que fazem parte da dinâmica desse processo de desenvolvimento. De uma maneira geral, as principais partes interessadas nesse processo institucional (Quadro 6), segundo Paula *et al.* (2018), são:

Quadro 6: Identificação das partes interessadas (território).

• Empresários do sistema produtivo do turismo receptivo, como os de atrativos turísticos, meios de hospedagem, meios de alimentação, agências de turismo receptivo, e outros, como artesanato, manifestações culturais, comércio diferenciado etc.;
• Funcionários destas mesmas empresas;
• Comunidade local, que é composta por pessoas que residem em uma região turística e suas lideranças;
• Turistas, que representam os consumidores finais da oferta turística;
• Fornecedores de bens e serviços para o sistema produtivo do turismo receptivo;
• Entidades do terceiro setor, formada por representantes das organizações não governamentais, incluindo as de interesse com meio-ambiente, social, cultural e econômico;
• Setor público, representado por gestores do turismo municipal, estadual e nacional, e dos órgãos ambientais, de transporte, de infraestrutura, de saúde, de segurança, entre outros;
• Sistema S, formado por representantes do Sistema “S” (Senac, Senai, Sesi, Sebrae, Sesc, Senar, Senat e SESCOOP);
• Associações empresariais (Comercial, Convention & Visitors Bureau) e de classe (sindicatos);
• Instituições de ensino como escolas, universidades, e escolas técnicas;
• Instituições religiosas;
• Grandes empresas e indústrias de setores variados com a possibilidade de interferência no entorno, como empresas de transporte, concessionárias de rodovias, indústrias com risco de poluir o meio ambiente, entre outras.

Fonte: adaptado de Paula *et al*, 2018.

Com a identificação das partes interessadas, conseguimos destacar e identificar o papel de cada ator no processo de planejamento ou desenvolvimento turístico de um território, elevando a importância de cada um nos aspectos sociais e de condução na construção de um território sustentável e que gere oportunidades de desenvolvimentos econômico.

Para Wondirad & Ewnetu (2019):

“O turismo continua a ser um agente de desenvolvimento econômico, principalmente em um ambiente onde há menos alternativas econômicas para combater a pobreza e reduzir o desemprego (Ashley, 2006; Mitchell e Coles, 2009). Fornece vários benefícios econômicos, incluindo o desenvolvimento de pequenas e médias empresas de turismo, oportunidades de emprego para residentes locais, incluindo mulheres e jovens, injeção de nova renda nas economias locais e outros

benefícios não econômicos, como intercâmbio cultural, desenvolvimento de capacidade, melhoria do acesso a serviços como infraestrutura, saúde, abastecimento de água, telecomunicações e serviços de transporte (UNWTO, 2002; Mowforth e Munt, 2003; Kennedy *et al.*, 2013; Sakata e Prideaux, 2013;).”.

O turismo é fonte de inúmeras oportunidades de desenvolvimento de um turismo sustentável, que gere benefícios locais e de oportunidades para uma melhor distribuição de renda, oportunidades de empreendedores fomentarem novos negócios e melhorar o processo de valorização e empoderamento da comunidade local, pertencente a um território turístico e que tem o poder de gerar inúmeros benefícios quanto planejado e executado de forma socialmente responsável e participativa.

3 METODOLOGIA

A construção de uma metodologia de pesquisa científica é fundamental para os resultados e embasamento de um estudo que possui como objetivo um critério válido, rigoroso e confiável de dados e informações do que se pretende avaliar. Segundo Rampazzo (2005) “a metodologia científica é, pois, aquela disciplina que ensina o ‘caminho’, quer dizer, as normas técnicas que devem ser seguidas na pesquisa científica”. E, esse caminho que se constrói até as considerações finais acerca do que se pretende investigar é fundamental e muito importante para que se edifiquem, junto com o conhecimento, os métodos que necessitam serem bem definidos, analisados e aprimorados, principalmente quando se almeja aplicá-los a uma realidade empírica.

Conforme Gil (2010, p. 1),

“A pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos e técnicas de investigação científica. Na realidade, a pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados”.

A pesquisa em turismo está inserida em um campo multidisciplinar que sofre influência de diversas outras áreas, como a sociologia, economia, administração, geografia e tantas outras. Goeldner & Ritchie (2002) afirmam que a pesquisa em turismo é a construção e condução sistemática e imparcial de investigações para a busca da solução dos problemas do âmbito do turismo.

3.1 Tipo e abordagem da pesquisa

Buscando responder a problemática do presente estudo, buscou-se desenvolver três roteiros que atendessem toda extensão do território do Geoparque Aspirante Seridó, subdividido por regiões conforme geografia e proximidade dos geossítios, atendendo aspectos logísticos de tempo de deslocamento entre um atrativo e outro, avaliando aspectos de infraestrutura turística e que ao final pudessem juntos formar um produto contemplando o maior número de geossítios de interesse turístico possível.

Procurando desenvolver roteiros turísticos, e, também, estabelecer uma relação entre o geoturismo e o território do Geoparque Seridó, sob a ótica do processo participativo e

empoderamento comunitário, o presente estudo, fundamentado em pesquisas bibliográficas, possui características exploratórias e descritivas acerca do tema, com uma abordagem qualitativa, que segundo Prodanov & Freitas (2013), possui o ambiente como fonte direta dos dados, e, também traz um apontamento para o desenvolvimento de pesquisa-ação. “A pesquisa-ação pode ser definida como um tipo de pesquisa com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação” (Gil, 2010).

“A pesquisa ação é um tipo de investigação social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo”. (Thiollent, 1988 *apud* Gerhardt; Silveira, 2009).

Pesquisas bibliográficas por meio de livros, dissertações e teses, e artigos científicos, bem como a consulta a sites relacionados aos temas abordados, foram utilizados para a problematização e a temática geral do estudo.

Para conhecimento do local, suas potencialidades e características, foram realizadas visitas aos geossítios e outros locais de interesse turístico inseridos no Geoparque Aspirante Seridó para avaliar possíveis atividades que possam vir a ser agregadas no contexto do roteiro.

Para tanto, foram avaliados também, roteiros similares, que possuem como atrativos os mesmos pontos de interesse turístico e que já são executados por guias regionais e/ou condutores locais.

Todos os protocolos de segurança foram seguidos no acompanhamento e execução da pesquisa ação tendo em vista a situação da pandemia da Covid-19, os decretos municipais e estadual foram consultados para determinar os períodos mais favoráveis a execução das atividades de campo.

Mesmo com uma possível apresentação de melhora no cenário da pandemia, os roteiros foram propostos e elaborados com a recomendação de seguir todos os protocolos da OMS quanto ao distanciamento social, uso de máscara e álcool em gel.

3.2 Universo da pesquisa

O universo da pesquisa segundo Gerhardt & Silveira (2009, p. 100) “é a totalidade de indivíduos (pessoas, animais, coisas, entidades, etc.) que possuem as mesmas características, definidas para um determinado problema a ser pesquisado”.

Esta pesquisa caracterizou-se por um universo composto por guias, condutores locais, agências de turismo emissiva e receptivas e membros do conselho do Polo Seridó.

3.3 Coleta dos dados

De acordo com uma avaliação prévia do potencial turístico da região, baseada nos geossítios que são constantemente visitados e comercializados ou que são objetos de promoção institucional do território, foi desenvolvido um questionário para avaliar, quais os geossítios são mais utilizados, qual a origem do público e as características dos roteiros.

“O objetivo de uma pesquisa, segundo Quivy & Campenhoudt (1995, p.2013), é responder à questão inicial (etapa 1); para isso, o pesquisador elabora hipóteses ou questões de pesquisa e desenvolve a coleta de dados necessários. Uma vez que os dados foram coletados, trata-se de verificar se essas informações correspondem às hipóteses, ou seja, se os resultados observados correspondem aos resultados esperados pelas hipóteses ou questão da pesquisa” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 58).

Buscando respostas para as hipóteses levantadas, foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas com objetivo de compreender as características encontradas na formatação de roteiros comercializados para a região Seridó e alguns pontos relevantes para tentar identificar a inserção da marca Geoparque Seridó na formatação dos mesmos, levando em consideração aspectos sociais e culturais.

E, para um maior entendimento deste cenário turístico na localidade e as práticas relacionadas ao turismo e elaboração de roteiros, foram aplicados estes questionários aos condutores locais, guias e empresas de turismo que comercializam roteiros na e para a região, buscando compreender como acontece o envolvimento da comunidade, escolha de destinos, região de maior demanda e perfil do público alvo. Também foram aplicados questionários a membros do polo Seridó, buscando uma maior participação no processo de criação dos roteiros, com objetivo singular de validação da proposta objeto desta pesquisa.

Uma entrevista, com perguntas abertas, com uma guia regional, também foi utilizada como fase de coleta de dados, no qual a mesma executou um roteiro no território do geoparque no mês de março de 2021 e percorreu em três dias todos os municípios da região que corresponde ao território do Geoparque Aspirante Seridó.

3.4 Análises dos dados

Com base na característica objetiva desta pesquisa frente a temática, a técnica de análise de dados utilizada para interpretação e construção dos resultados da pesquisa foi a análise de conteúdo, que segundo Gerhardt e Silveira (2009), descrevem da seguinte forma:

“A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa e, como tal, tem determinadas características metodológicas: objetividade, sistematização e inferência. Segundo Bardin (1979, p.42), ela representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e percepção de mensagens.” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 84)

A análise de conteúdo permitiu focar nas comunicações ou interpretações das mensagens, objetivando alcançar indicadores que permitissem compreender sobre a realidade das respostas e outras interpretações.

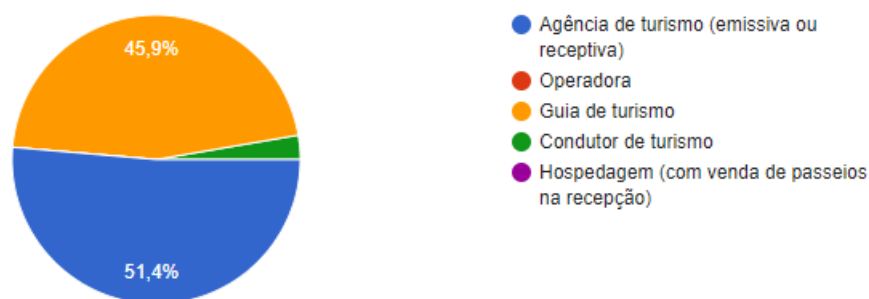
4 RESULTADOS

4.1 Resultados da pesquisa

Os sujeitos da pesquisa se dividem em três momentos, no qual o primeiro grupo direcionado para avaliação de critérios técnicos de execução e formatação dos roteiros, vão desde guias e condutores locais, empresários e agências de turismo emissiva e receptiva, já o segundo grupo direcionado para avaliação da proposta dos roteiros formatados, é formada por membros do polo Seridó, composto por empresários, representantes de instituições de ensino, representantes do poder público e sociedade em geral, o terceiro formado por uma entrevista com o guia regional Flor.

A amostra do primeiro grupo é caracteriza por um número total 37 respondentes, dentre eles 45,9% guias de turismo, 51,4% agências de turismo (emissiva ou receptiva) e 2,7% condutor local (Gráfico 1).

Gráfico 1: Característica do universo da pesquisa.



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

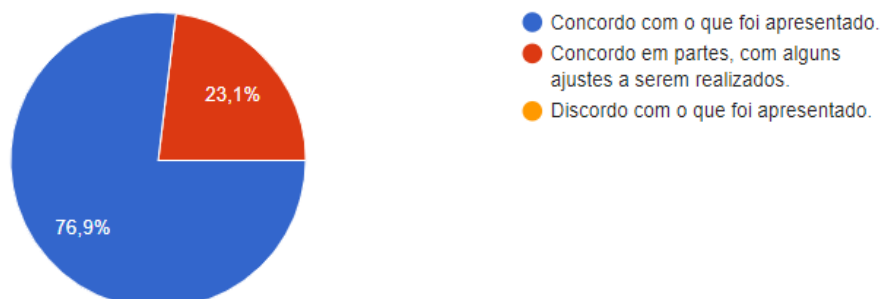
As hipóteses foram desenhadas em formato de propostas de roteiros, ajustadas conforme resultado do levantamento feito com o primeiro grupo e colocadas para avaliação do conselho do polo Seridó.

Como resultado do segundo momento, o gráfico 2 e figura 17, a seguir trazem o resultado da participação dos membros do conselho do polo Seridó na etapa de validação da proposta dos três roteiros apresentados. Composto por uma amostra de 13 respondentes.

Gráfico 2: Avaliação dos membros do conselho do polo Seridó.

Como você avalia os roteiros apresentados?

13 respostas



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Figura 17: Considerações do conselho do polo Seridó.

Qual a sua sugestão de ajuste, em caso de não concordar com a formatação dos roteiros apresentados?

6 respostas

Achei interessante o formato apresentado, penso que o de duas 2 noites é mais interessante. Mas, acredito que a formatação precisa ser validada com agências, receptivos e guias, e principalmente com o setor privado de cada roteiro para que o serviço seja oferecido aos turistas de maneira atrativa.

Concordo com o roteiro.

Poderia redistribuir melhor o tempo para agregar outros pontos turísticos de relevância.

Tudo certo com o cronograma dos roteiros.

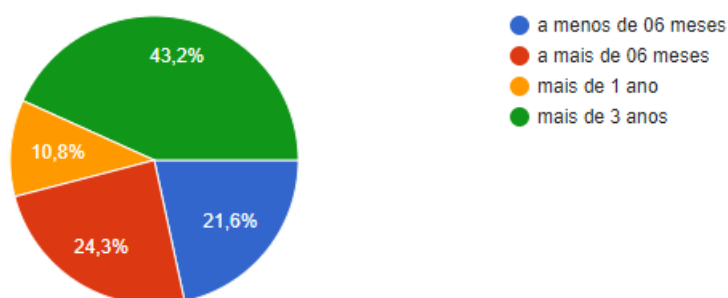
Sugiro que sejam formatados roteiros integrados (bate e volta, com pernoite) para diferentes públicos em potencial.

sem ajustes

Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Considerando um número significativo, 43,2%, detalhado no gráfico 3, no qual, apontaram comercializar ou trabalhar com roteiros turísticos a mais de 3 anos no território. Esse dado sustenta a importância de participação desses atores no planejamento das ações no território, pois são eles que atuam na linha de frente da atividade turística e conseguem avaliar pontos fundamentais para a formatação de novos produtos.

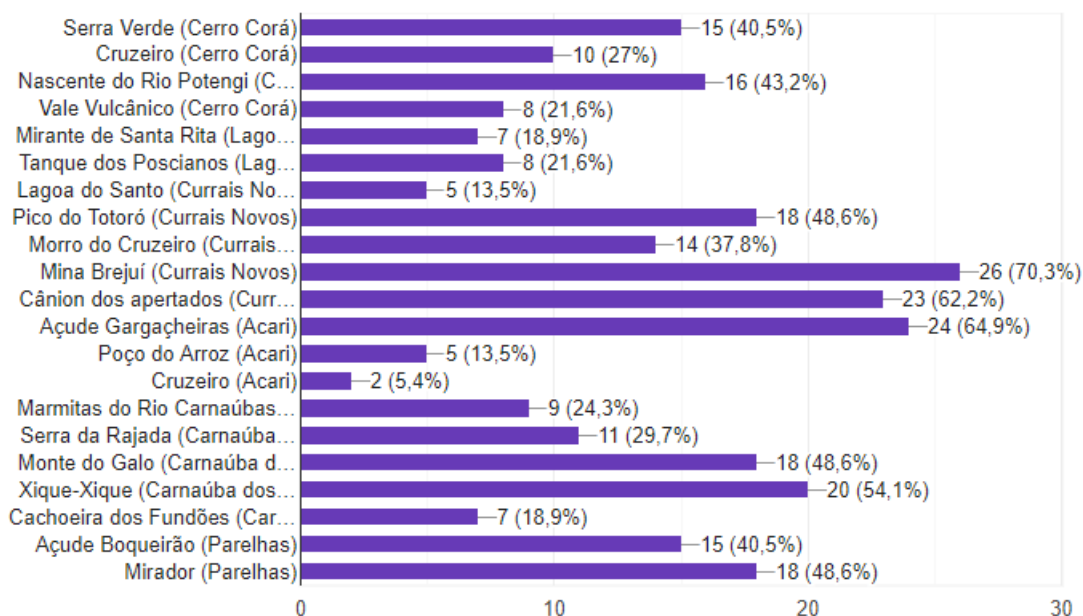
Gráfico 3: Tempo que desenvolve ou comercializa roteiros para os municípios que compõem o Geoparque Seridó.



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Uma das hipóteses levantadas foi buscar compreender quais são os locais de maior interesse turístico e os critérios de escolha dos *players* que atuam na comercialização de roteiros e o guiamento no território do Geoparque Aspirante Seridó, objetivando classificar por ordem de maior utilização dos geossítios quanto à inserção dos mesmos na oferta de roteiros na região (Gráfico 4).

Gráfico 4: Geossítios mais utilizados na elaboração dos roteiros, segundo os respondentes.



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

A escala acima aponta os resultados dos geossítios mais utilizados em programações de visita à região do levantamento realizado com guias e agências que comercializam roteiros, no

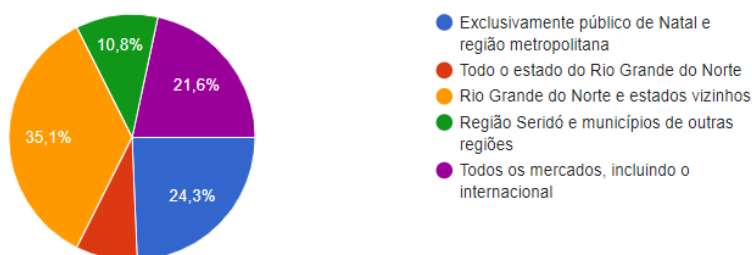
qual, apontam aqueles locais de maior relevância turística para a formatação de roteiros, com destaques para os quatro primeiros geossítios, que são eles: Mina Brejuí (1º), Açude Gargalheiras (2º), Cânions dos Apertados (3º) e Xiquexique (4º), e empatados em quinto lugar os geossítios Mirador, Monte do Galo e Pico do Totoró.

Com base nas respostas do questionário, pôde-se também chegar à definição de algumas etapas que antecedem a elaboração dos roteiros e que por sua vez são fundamentais para a construção dos passos seguintes. Um dos itens estabelecidos nessa primeira etapa foi a definição do público alvo com base na resposta de 78,4% dos respondentes, que pontuaram possuir sua cartela de clientes no território do Rio Grande do Norte ou em estados vizinhos (Gráfico 5).

Gráfico 5: Origem do público, segundo os respondentes.

Qual a origem do público que compra seus serviços?

37 respostas

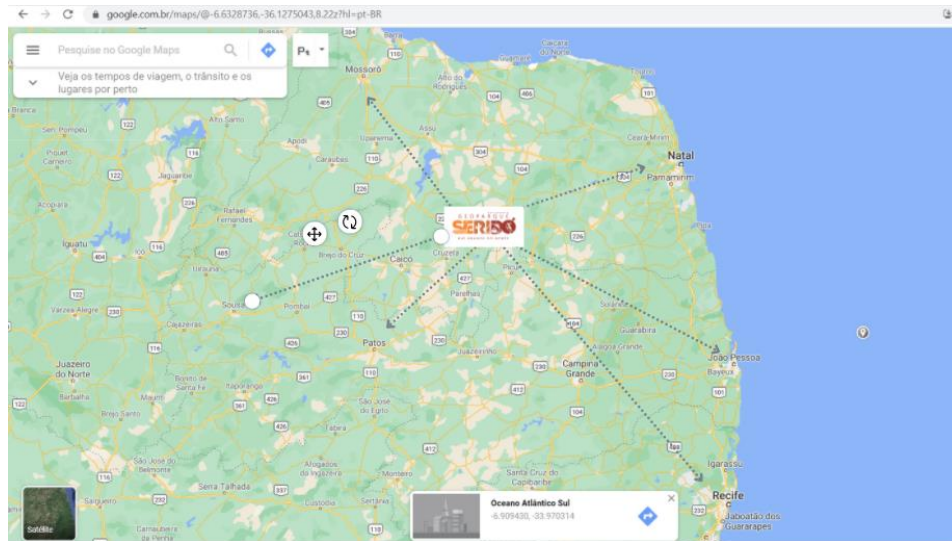


Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Com base na análise do gráfico 5, no qual aponta que 78,4% do público que consome os roteiros comercializados para a região são em sua maioria do próprio Estado ou de Estados vizinhos, podemos definir que a o foco da comercialização do roteiro proposta será regional.

E, para tanto, se delimitou um raio de até 400 km (Figura 18) de possíveis destinos emissores regionais que possuem características de polos emissores, com perfil de viajantes que utilizam de carro alugado ou carro próprio para o deslocamento até o destino, permanecendo em sua maioria, uma estadia de duas ou três noites, caracterizando um turismo de maior fluxo de final de semana.

Figura 18: Ilustração do raio de alcance do público-alvo, até 400 km.



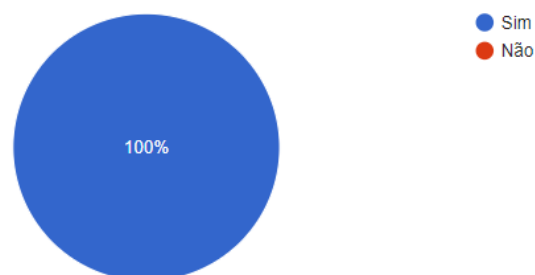
Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Todos os respondentes da pesquisa sinalizaram que colocam ponto de parada para refeições em locais próximos aos geossítios (Gráfico 6) e 73% indicaram que costumam inserir programações culturais em seus roteiros (Gráfico 7).

Gráfico 6: Parada para refeições durante o roteiro.

Costuma inserir parada para alimentação em restaurantes próximos aos geossítios?

37 respostas

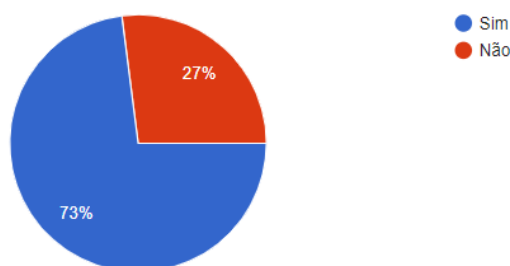


Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Gráfico 7: Programação cultural.

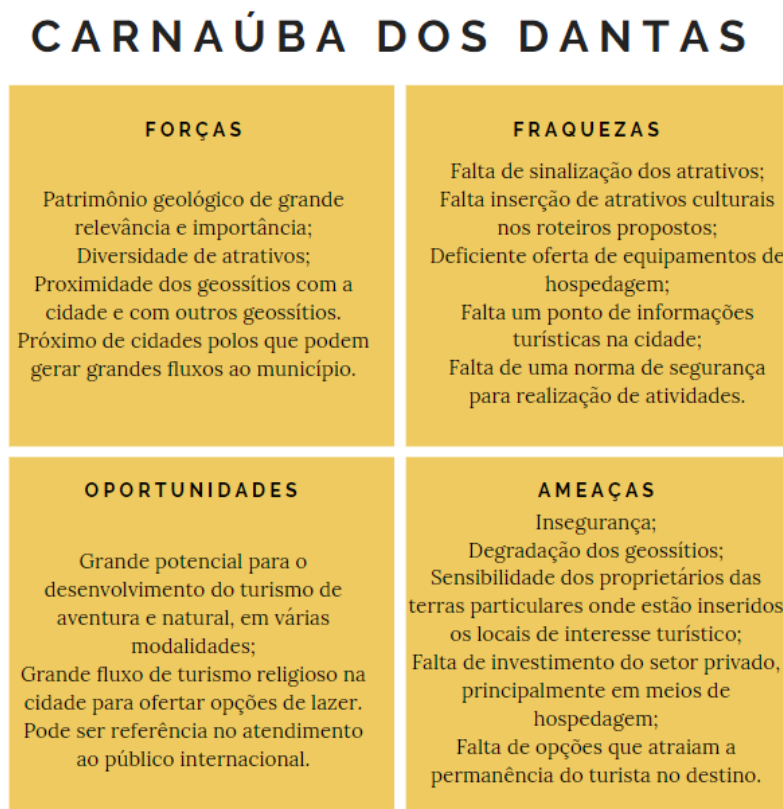
Costuma inserir na programação alguma atividade cultural? (Apresentações ou vivências com a comunidade local)

37 respostas



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

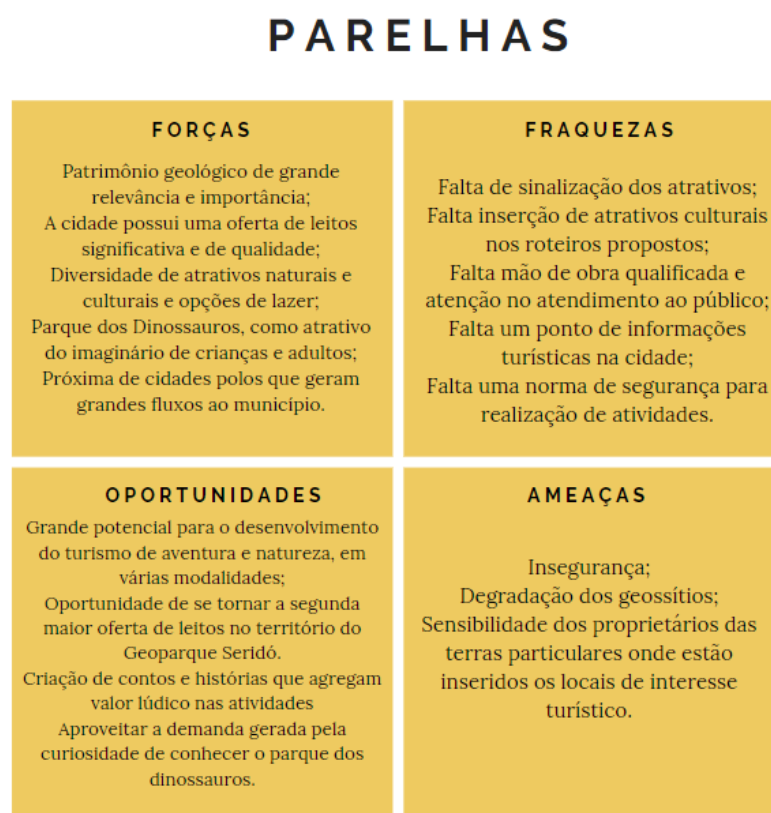
A pesquisa-ação foi realizada em vários momentos durante os últimos dois anos, algumas mais pontuais com foco específico em avaliar tecnicamente o destino, como a visita realizada em maio/2019, no qual foi possível desenvolver uma análise SWOT de dois destinos do eixo sul do Geoparque Aspirante Seridó, nas cidades de Carnaúba dos Dantas e Parelhas, conforme apresentados a seguir (Figura 19):

Figura 19: Análise SWOT para o Município de Carnaúba dos Dantas.

Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Já sendo possível identificar aqui a carência de locais com infraestrutura adequada para hospedagem e alimentação no município de Carnaúba dos Dantas e sem nenhuma atualização desse cenário em 2021, considerando assim, o município de Parelhas (Figura 20) como o de melhor oferta desses serviços no eixo sul do Geoparque Aspirante Seridó.

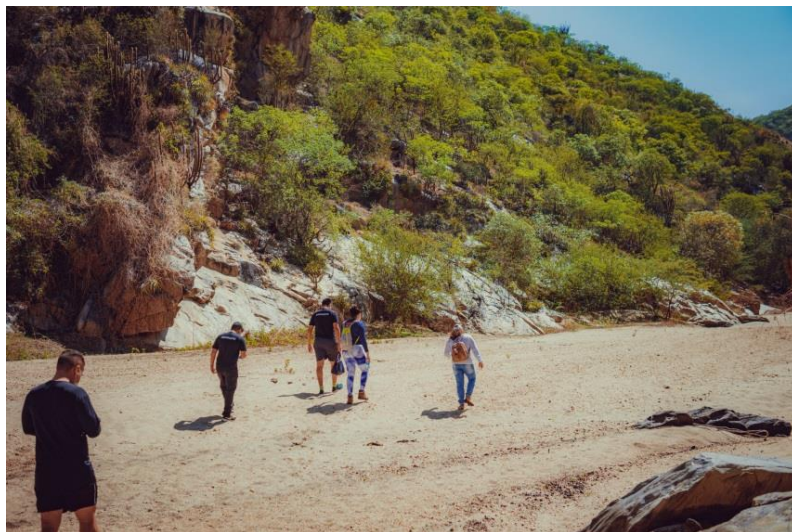
Figura 20: Análise SWOT para o Município de Parelhas.



Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Vale salientar que foram realizadas análises SWOTS em apenas esses dois municípios tendo em vista a escolha entre eles de definição da cidade polo hoteleiro desse eixo sul do Geoparque Aspirante Seridó. Nos demais eixos geográficos, já existe uma oferta consolidada de hospedagem que classifica Currais Novos como polo hoteleiro do eixo central e Cerró Corá no eixo norte. Outras visitas (pesquisa-ação) mais recentes no território aconteceram no mês de março de 2021, durante os dias 08 e 09, buscando identificar principalmente aspectos que correspondessem ao nível da infraestrutura turística presente nos municípios, pois trata-se de uma avaliação fundamental para a elaboração de roteiros que possuem como finalidade a promoção e comercialização do produto. A seguir, as figuras 21 e 22 mostram algumas fotos da visita realizada.

Figura 21: Geossítio Cânions dos Apertados, Currais Novos.



Fonte: acervo EMPROTUR, 2021.

Figura 22: Museu no Parque Temático Mina Brejuí.



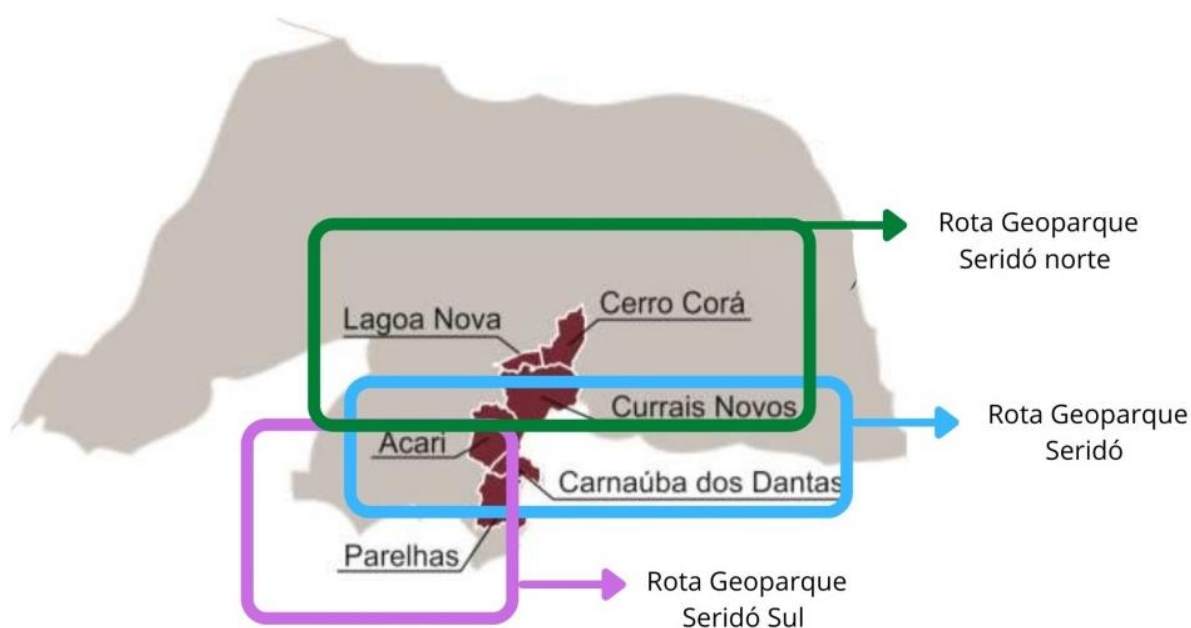
Fonte: acervo EMPROTUR, 2021.

Após análises técnicas, no processo metodológico da pesquisa-ação, foi possível definir as cidades polos para cada opção de roteiro, estabelecendo como critério a melhor oferta de leitos e infraestrutura hoteleira. As cidades definidas foram: Cerro Corá (região Norte), Currais Novos (região Central) e Parelhas (região Sul).

O público-alvo também foi fator determinante para a definição do quantitativo de dias para cada opção de roteiro, sendo priorizadas atividades que possuem características de

programas de final de semana. Composto por seis municípios, o Geoparque Aspirante Seridó, possui geossítios de interesse turístico em todas as regiões, o que facilitou a elaboração de rotas individuais que podem ser trabalhadas de forma agregada, a depender da disponibilidade do cliente, podendo chegar a um roteiro de até 7 ou 8 dias sem que as atividades sejam repetidas. A partir da divisão geográfica do território, foi elaborada a nomenclatura da rota e a divisão dos municípios, conforme a figura 23:

Figura 23: Divisão das rotas e nomenclatura.



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

4.2 Nomenclatura da comercialização dos roteiros.

Sendo um conceito de desenvolvimento territorial, em regiões caracterizadas pelo trabalho em busca do reconhecimento da UNESCO para chancela de um Aspirante a Geoparque Mundial da Unesco, o mesmo deve promover uma estratégia que interligue desenvolvimento sustentado baseado em valores científicos, educativos e turísticos.

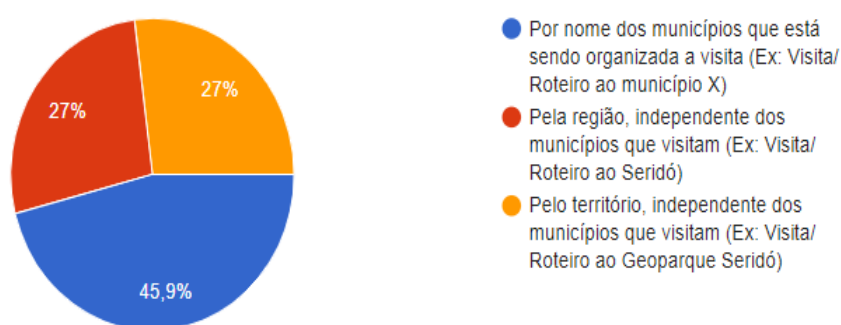
E, uma das maneiras de fortalecer o conceito promovido pela Unesco, de desenvolvimento sustentável, é a relação que a comunidade possui com a nomenclatura utilizada para promover a região, uma vez que, o território passa a ser promovido de uma forma mais ampla, podendo existir vários municípios, como no caso do Geoparque Aspirante Seridó, com seus seis municípios inseridos no território.

A nomenclatura utilizada para comercializar os produtos turísticos da região, fortalece a marca do destino no território, gerando por sua vez, uma melhor compreensão do papel de desenvolver a sustentabilidade turística e envolvimento da comunidade local nesse processo participativo das atividades e a própria identificação com a marca da região (Gráfico 8).

Gráfico 8: Nomenclatura da comercialização dos roteiros.

Quando comercializa os roteiros, a forma de promoção em termos de nomenclatura é realizada:

37 respostas



Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Apenas 27% das agências e guias que comercializam ou atendem clientes na região do Geoparque Aspirante Seridó, promovem o território quanto a nomenclatura de Geoparque.

4.3 Proposta de roteiros

Atendendo aos objetivos geral e específicos do presente estudo, foram desenvolvidos os roteiros abaixo, ilustrados em formato de tabela, para que o uso posterior possa ser realizado de maneira a acrescentar informações relevantes quanto a programação, aspectos culturais e locais, dicas e informações do destino para os visitantes (Quadros 7 a 9, Figuras 24 a 26).

A proposta contempla todo o território do geoparque, e possui divisão em três partes, atendendo principalmente aspectos logísticos. A nomenclatura foi escolhida baseada na necessidade de fomentar a marca do território e a valorização e empoderamento da comunidade local, são eles: Rota Geoparque Seridó Norte, Rota Geoparque Seridó Central e Rota Geoparque Seridó Sul.

Quadro 7: Rota Geoparque Seridó Norte.

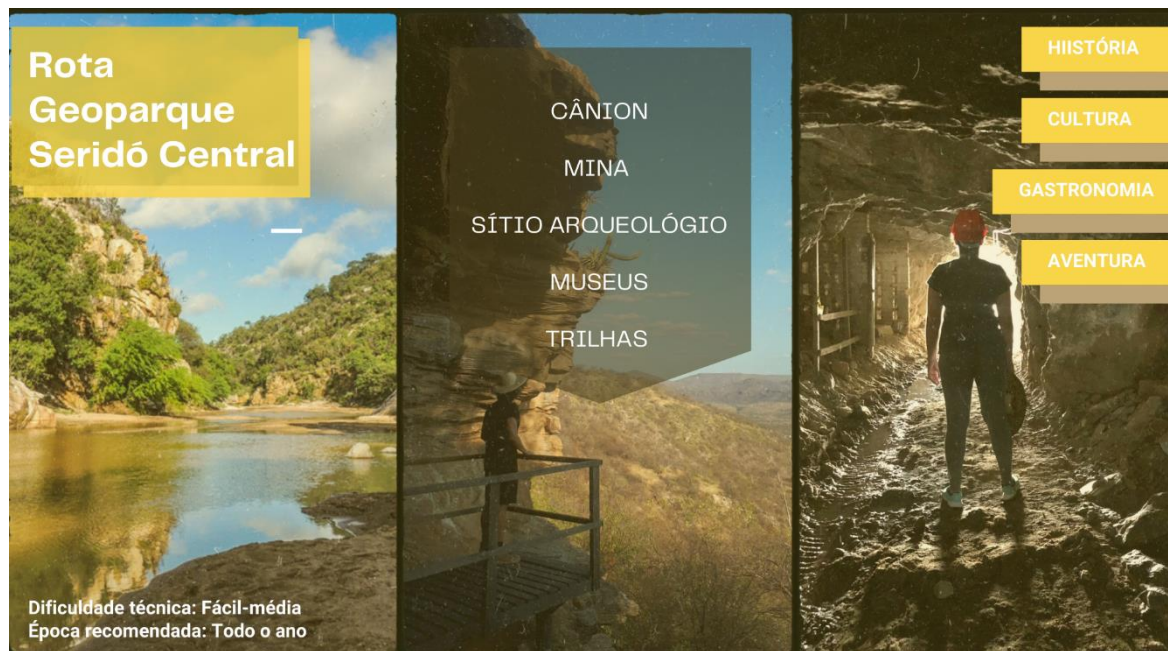
DIA 1	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
19h	Cerro Corá	Check In	Pousada	<i>Cordelista Fulano do municipal tal</i>	A temperatura costuma cair na serra, recomenda-se o uso de agasalho.
20h		Jantar	Apresentação cultural, cordel do roteiro		
DIA 2	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
07h00	Cerro Corá	Deslocamento com veículo, seguido de trilha	Geossítio Vale Vulcânico e nascente do Rio Potengi		Roupas leves e protetor solar
12h		Almoço	Restaurante X		
14h		Trilha	Geossítio Serra Verde	Geoformas	
17h30		Artesanato e geofoods	Degustação de geofoods locais e exposição de artesanato	<i>Grupo de artesões do município</i>	
20h		Jantar	Restaurante X		
DIA 3	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
08h00	Cerro Corá	check out			Roupas leves e protetor solar
08h00	Lagoa Nova	Trilha	Geossítio Tanque dos Poscianos		
12h00		Almoço	Restaurante Alto da Serra		
14h00	Currais Novos	Informativa/Cultural	Centro de interpretação do Geoparque Seridó		

Figura 24: Rota Geoparque Seridó Norte.



Quadro 8: Rota Geoparque Seridó Central.

DIA 1	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
19h	Currais Novos	Cultural	Centro interpretativo	<i>Cordelista Fulano do municipal tal</i>	Meet Point no coreto da cidade
20h		Jantar	Apresentação cultural, cordel do roteiro		
DIA 2	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
07h00	Carnaúba dos Dantas	Trilha	Geossítio Xique-xique I		Roupas leves e protetor solar
11h		Oficina de artesanato	artesanato e geofood local	Peças réplicas das pinturas do Xique-xique	
12h30		Almoço	Gargalheiras	Exposição de artesanato	
14h00	Acari	Cultural	Museu do sertanejo e Igreja do Rosário		
17h00	Currais Novos	Contemplativa	Geossítio Morro do Cruzeiro	Por do sol	Lanche regional e música
20h		Jantar	Apresentação cultural		
DIA 3	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
07h00	Currais Novos	Trilha	Geossítio Cânion dos apertados		Roupas leves e protetor solar
09h30		Cultural	Museu e Mina Brejui		
12h00		Almoço			

Figura 25: Rota Geoparque Seridó Central.

Quadro 9: Rota Geoparque Seridó Sul.

DIA 1	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
19h	Parelhas	Check In	Pousada	<i>Cordelista Fulano do municipal tal</i>	
20h		Jantar	Apresentação cultural, cordel do roteiro		
DIA 2	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
08h00	Parelhas	Passeio 4x4	Vila Bacurau e tour na região		pôr do sol no Mirante Seridó.
12h		Almoço	Restaurante X		
14h		Trilha	Serra da Rajada		
20h		Jantar	Restaurante X	Apresentação cultural	
DIA 3	MUNICIPIO	ATIVIDADE	ATRATIVOS	OBSERVAÇÕES	RECOMENDAÇÕES
07h00	Acari	Trilha	Geossítio Poço do Arroz e Marmitas do Rio Carnaúbas		Roupas leves e protetor solar
11h		Cultural	Centro interpretativo	Informações da região e do Geoparque	
12h00		Almoço	Gargalheiras	Exposição de artesanato	
14h00		Cultural	Museu do sertanejo e Igreja do Rosário		

Figura 26: Rota Geoparque Seridó Sul.

A apresentação das três propostas de roteiros acima detalhadas, são base para uma série de outros roteiros que podem ser trabalhados de forma personalizada e/ou temática, a depender da característica de comercialização das empresas que se proponham a utilizar os modelos propostos, a depender dos seus clientes com diferentes perfis, assim como, a disponibilidade de

tempo e oferta de outros serviços, especialmente os culturais, que podem ser agregados ao produto final.

O objetivo aqui exposto, é, principalmente, sistematizar o território do Geoparque Aspirante Seridó em roteiros que se subdividem e podem ser ao mesmo tempo trabalhados de forma integrada, contemplando todos os municípios do território e flexível ao seu tempo de execução, respeitando a informação adquirida na pesquisa, de contemplar os principais locais de interesse turístico da região, objeto de estudo da mesma.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração desses três roteiros para o território do Geoparque Aspirante Seridó na perspectiva da inserção dos conceitos de geoturismo e processo participativo comunitário dos guias, condutores locais e agências de viagens, traz esses dois elementos como pilares para elaboração de um instrumento de valor institucional e social, que tem como base coexistente a inserção da comunidade no processo de desenvolvimento, sendo esse realizado de forma sustentável e com os cuidados necessários para que não se perca a identidade do local e ao mesmo tempo torne-se algo para uso comercial, com potencial para serem desenvolvidos e repensados pelos agentes de mercado, que seja gerador de fluxo turístico e de renda para os envolvidos.

O geoturismo, sem dúvidas, vem se disseminando paralelo às discussões acerca da temática dos Geoparques ao redor do mundo e se consolidando como o segmento turístico presente e necessário para o planejamento e gerenciamento do território de um geoparque, e que não só é tido como o termo do turismo para classificar e caracterizar a atividade turística realizada nos geoparques, mas é defendido, difundido e recomendado na concepção dos geoparques da UNESCO.

Frente a estas mudanças e debates de novos conceitos, esta pesquisa atinge os objetivos desenhados, pois não só estabeleceu um debate sobre as principais teorias relativas às questões relacionadas à geoparques, geoturismo, roteirização, *stakeholders* e empoderamento comunitário, como trouxe também reflexões sobre a importância das partes interessadas no processo de desenvolvimento do turismo regional. Além de ter como entrega maior a elaboração de roteiros institucionais e que podem ser utilizados como produtos e comercializados.

A pesquisa já aponta para a existência de uma intenção de comercialização de roteiros na região Seridó do Rio Grande do Norte, no qual está localizado o Geoparque Aspirante Seridó, por diversas empresas de turismo.

E, com os avanços dos debates sobre Geoparques no Brasil, espera-se para os próximos anos uma maior discussão da temática em pesquisas científicas. Embora, ainda exista uma carência na abordagem por parte de pesquisadores de turismo, é possível compreender o discurso que a geografia e a geologia trazem acerca do tema.

O planejamento das atividades e elaboração das diretrizes para o gerenciamento de um geoparque permeiam sob a interpretação do conceito de geoturismo, que serve de base para o desenvolvimento econômico e social das comunidades.

E, com a elaboração de roteiros turísticos e socialmente responsáveis, preocupados com o envolvimento desses atores, espera-se um maior envolvimento de *players* que atuam comercialmente com o segmento de turismo de aventura e outros que corroboram com o seu conceito de sustentabilidade, uma maior visibilidade e fluxo de turistas ao território do Geoparque Aspirante Seridó.

Sem uma legislação engessada, a gestão de um geoparque é suscetível a inserção de elementos de desenvolvimento de um território com base na sustentação de conceitos e aplicações de uma localidade turística, levando em consideração os conceitos fundamentais do geoparque, a conservação, a educação e o geoturismo. E, com isso, podendo gerar receita com a comercialização de roteiros.

Espera-se que a entrega do trabalho contribua para as discussões acadêmicas da relação teoria-prática no âmbito do turismo e que os roteiros formatados possam fomentar o empoderamento da comunidade quanto à valorização do território e a importância do processo participativo no planejamento da atividade a nível local e regional.

REFERÊNCIAS

- Associação Geoparque Arouca. (2017). *Plano de Atividades & Orçamento. Ano 2017*.
- Associação Geoparque Arouca. (2017). *Plano de Atividades & Orçamento Ano 2020*.
- Bahl, M. (2004). *Agrupamentos turísticos municipais*. Curitiba, Prottexto.
- Bahl, M. (2004). *Turismo e eventos*. Curitiba, Prottexto.
- Bahl, M. (2004). *Viagens e roteiros turísticos*. Curitiba, Prottexto.
- Barretto, Margarita (2009). *Planejamento Responsável do Turismo*. 2. ed. Campinas: Papirus.
- Batista, S. G.; Gomes, C. S. C. D. (2015). Reflexões sobre o Geoparque Seridó como elemento impulsionador da competitividade do Roteiro Seridó no Rio Grande do Norte. *Anais ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo*.
- Bielinski, M. *et al.* (2016). Desenvolvimento de Roteiros Turísticos na Cidade de Santana do Livramento/RS: um estudo sobre a ferradura dos vinhedos. *Mostra de Iniciação Científica, Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão*, 5, <http://dx.doi.org/10.18226/35353535.v5.2016.46>.
- Brasil, Ministério do Turismo. (2007). *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2010). *Programa de qualificação à distância para o desenvolvimento do turismo: roteirização turística, promoção e apoio à comercialização*. 2. ed. Florianópolis: SEAD/UFSC.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2010). *Segmentação do Turismo e o Mercado*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2010). *Turismo cultural: orientações básicas*. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil. Ministério do Turismo. Coordenação Nacional do Programa de Regionalização do Turismo. (2004). *Roteiros do Brasil*. Brasília: Prospecto.
- Brilha, J. (2005). *Patrimônio Geológico e Geoconservação: A Conservação da natureza na sua vertente geológica*. Braga: Palimage Editores.
- Cardoso, C. S. (2013). *Geoparque Seridó RN: valores turísticos e gestão*. (Dissertação em Turismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.
- Cobra, M. (2015). *Administração de Marketing no Brasil*. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- CPRM. (2016). *Serviço Geológico do Brasil*. Recuperado em: <<http://www.cprm.gov.br/publique/Gestao-Territorial/Geoparques-134>>. Acesso em 18 de Outubro de 2016.

- Cruz, M. S. R.; Edmée, L. (2008). Gastronomia como atrativo turístico cultural: uma análise da potencialidade do sul da Bahia. *CULTUR – Seminário de Pesquisa em Cultura e Turismo da Uesc & IV Seminttur*, 2, pp. 1-33.
- Dowling, R. & Newsome, D. (2010). *Geotourism's global growth*. Geoheritage.
- Dreher, M. T. & Salini, T. S. (2008). Regionalização e Políticas Públicas no Turismo: Proposta Bem (In)tencionada Distante da Práxis! *V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SeminTUR*. Universidade de Caxias do Sul – UCS, Caxias do Sul.
- Farsani, N. T.; Coelho, C. & Costa, C. (2011). Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas. *International Journal Of Tourism Research*, 13(1), pp. 68-81, <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.800>.
- Gandin, D. (1994). *A prática do planejamento participativo: na educação e em outras instituições, grupos e movimentos dos campos cultural, social, político, religioso e governamental*. 13. ed. Petrópolis: Vozes.
- Gates, A. E. (2012). Global Geotourism Perspectives. *Annals Of Tourism Research*, 39(1), pp. 521-522, <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.012>.
- Gerhardt, T. E. & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- GIL, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5.ed. São Paulo: Atlas.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B., & McIntosh, R. W. (2002). *Turismo: princípios, práticas e filosofias*, 8. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Gray, M. (2004). *Geodiversity: valuing and conserving abiotic nature*. England: John Wiley & Sons Ltd..
- GTES. (2020). *Impacto do covid-19 no comportamento do turista brasileiro*. Ed: UECE.
- Hall, C. M. (2001). *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto
- Hose, T. A. (2012). *3G's for modern geotourism*. Bristol: Springer.
- Kawaguchi, R. C. C. & Ansarah, M. G. R. (2015). Em busca da autenticidade dos destinos: o consumo da experiência. In: A. P. Netto; M. G. R. Ansarah. *Produtos Turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização*. São Paulo: Manole.
- Kohler, A.; Durand, J. (2003). Patrimônio histórico-cultural e turismo em Pernambuco: metodologia de criação de novos roteiros turísticos. *Anais eletrônicos do 26º ENANPAD*.
- Krippendorff, J. (1989). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Kuhn, T. S. (2001). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.

- Lanzarini, R. & Barretto, M. (2014). Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável. *Turismo - Visão e Ação*, 16(1), pp. 185-215.
- Lohmann, G. & Netto, A. P (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.
- Manzato, F. (2005) *Turismo Arqueológico: diagnóstico em sítios pré-históricos e históricos no Estado de São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, RS, Brasil.
- Medeiros, C. A. F; Gomes, C. S. C. D. & Nascimento, M. A. L. (2015). Gestão em Geoparques: desafios e realidades. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 9(2), pP.1-342, 27 ago. 2015. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v9i2.798>.
- Moreira, J. C. (2008). *Patrimônio geológico em unidades de conservação: atividades interpretativas, educativas e geoturísticas*. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, Brasil.
- Moreira, J. C. (2014). *Geoturismo e interpretação ambiental*. Ponta Grossa: Editora UEPG.
- Nascimento, M. A. L.; Ruchkys, Ú. A.; Neto, V. M. (2008). *Geodiversidade, Geoconservação e Geoturismo: trinômio Importante para a proteção do Patrimônio Geológico*.
- Nascimento, M. A. L.; Schobbenhaus, C. & Medina, A. I. M. (2009). *Patrimônio geológico: turismo sustentável*. Recuperado de: <http://www.cprm.gov.br/publique/?tpl=home>
- Newsome, D.; Dowling, R. & Leung, Y. (2012). The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 2(3), pp. 19-27, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2011.12.009>.
- Paula, L. B. *et al.* (2018). Planejamento e gestão de destinos turísticos a partir do fortalecimento e engajamento das partes interessadas. *Cultur*, 12(1), pp. 31-58.
- Prodanov, C. C. & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.
- Ramos, S. P. (2012). *Planejamento de roteiros turísticos*. 1.ed. Porto Alegre: Asterisco.
- Richter, M. *et al.* (2016). *Elaboração de roteiros*. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj.
- Rocha, D. *et al.* (2010). Geoparque Arouca: a Geologia em prol do desenvolvimento territorial. *Captar: Ciência e ambiente para todos*, Arouca, 2(3), pp.55-67.
- Ruban, D. A. (2015). Geotourism — A geographical review of the literature. *Tourism Management Perspectives*, 15 p.p.1-15, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.005>.
- Santos, J. M. (2018). *Turismo de natureza: procura turística e imagem dos espaços naturais*. (Dissertação de Mestrado) - Curso de Gestão Turística, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Viseu, Portugal.

- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2015). *Turismo de experiência*. Recife: SEBRAE.
- Silva, F. A. S. (2013). *Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. (Tese de Doutorado), Curso de Geografia, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Silva, G. B.; Neiva, R. M. S.; Fonseca Filho, R. E.; Nascimento, M. A. L. (2021). Potencialidades do Geoturismo para a Criação de uma Nova Segmentação Turística no Brasil. *Revista de Turismo em Análise*, 32(1), pp.1-18
- Silva, J. E & Sonaglio, K. E. (2013). A dinâmica do “Roteiro Seridó” em Currais Novos/RN. *Caderno Virtual de Turismo*, 13(3), pp.391-408.
- Souza, C. F. (2014). *Turismo responsável: uma análise da responsabilidade na gestão pública brasileira*. (Dissertação de Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Turismo, Programa de Pós Graduação em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.
- Tavares, A. M. (2002). *City Tour*. São Paulo: Aleph.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals Of Tourism Research*, 24(3), pp. 638-657, [http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00020-0](http://dx.doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00020-0).
- Tuan, Y. (1980). *Topofilia: um estudo da percepção atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: Difel.
- Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph.
- Vignati, F. (2008). *Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para polos, cidades e países*. Editora SENAC RIO.
- Wondirad, A. & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park milieu. *Land Use Policy*, p. 1-13.

APÊNDICES

Apêndice A



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

Objetivo da Pesquisa: Criar roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó (RN, NE do Brasil), na ótica do processo participativo

Nayara Cristina Santana da Silva- Mestranda em Turismo no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Leite do Nascimento

PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO APLICADO VIA GOOGLE FORMS AOS GUIAS, CONDUTORES LOCAIS E AGENTES DE VIAGENS (EMISSIVO E RECEPTIVO)

1. Como caracteriza seu negócio?
 - Agência de turismo (emissiva ou receptiva)
 - Operadora
 - Guia de turismo
 - Condutor de turismo
 - Hospedagem (com venda de passeios na recepção)
2. Quanto tempo desenvolve ou comercializa roteiros para os municípios que compõem o Geoparque Seridó?
 - a menos de 06 meses
 - a mais de 06 meses
 - mais de 1 ano
 - mais de 3 anos
3. Qual é a sua função na empresa?

4. Qual a origem do público que compra seus serviços?
 - Exclusivamente público de Natal e região metropolitana
 - Todo o estado do Rio Grande do Norte
 - Rio Grande do Norte e estados vizinhos
 - Região Seridó e municípios de outras regiões
 - Todos os mercados, incluindo o internacional
5. Quais geossítios são mais utilizados na elaboração dos roteiros no seu negócio? Pode marcar mais de uma opção.
6. Costuma inserir parada para alimentação em restaurantes próximos aos geossítios?
7. Costuma inserir na programação alguma atividade cultural? (Apresentações ou vivências com a comunidade local)
8. Costuma inserir na programação alguma visita a artesãos e/ou locais de venda de produtos artesanais locais?
9. Há contratação remunerada de condutor local na visita aos geossítios?
10. Em caso de não contratação, cite os geossítios que não costuma contratar um condutor local para a visita:
11. Avalie a conduta dos seus clientes quando estão em campo na execução do roteiro, quanto aos valores cobrados nas trilhas e visitas, sendo 01 para aqueles que acham os valores muito baratos e 05 para aqueles que acham os valores muito caros:
12. Em quais canais de venda e promoção costuma comercializar o seu roteiro:
13. Quando comercializa os roteiros, a forma de promoção em termos de nomenclatura é realizada:
14. Das características abaixo, quais são as que costumam compor os seus roteiros? Pode marcar mais de uma opção.
15. Possui parceria comercial com os hotéis e pousadas da região?
16. E-mail:

Apêndice B



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

Objetivo da Pesquisa: Criar roteiros turísticos para o Geoparque Aspirante Seridó (RN, NE do Brasil), na ótica do processo participativo

Nayara Cristina Santana da Silva- Mestranda em Turismo no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Leite do Nascimento

PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO APLICADO VIA GOOGLE FORMS AOS MEMBROS DO CONSELHO DO POLO SERIDO

1. Como você avalia os roteiros apresentados?
 - Concordo com o que foi apresentado.
 - Concordo em partes, com alguns ajustes a serem realizados.
 - Discordo com o que foi apresentado.
2. Qual a sua sugestão de ajuste, em caso de não concordar com a formatação dos roteiros apresentados?