

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Bacharelado em Turismo

**A MÍDIA IMPRESSA COMO PAPEL FUNDAMENTAL NA DIVULGAÇÃO DOS
RECURSOS TURÍSTICOS DAS CIDADES DA REGIÃO DE PIRAJUÍ (SP)**

JULIANA CRISTINA ROMANI MOREIRA

Orientador: Prof. M.s. Helerson de Almeida Balderramas

BAURU
2008

JULIANA CRISTINA ROMANI MOREIRA

**A MÍDIA IMPRESSA COMO PAPEL FUNDAMENTAL NA DIVULGAÇÃO DOS
RECURSOS TURÍSTICOS DAS CIDADES DA REGIÃO DE PIRAJUÍ (SP)**

Orientador: Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas

**Monografia apresentada para
obtenção do Grau de Bacharel
em Turismo**

M838m

Moreira, Juliana Cristina Romani

A mídia impressa como papel fundamental na divulgação dos recursos turísticos das cidades da região de Pirajuí (SP) / Juliana Cristina Romani Moreira – 2008. 160f.

Orientador: Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo) - Universidade do Sagrado Coração – Bauru - São Paulo.

1. Turismo 2. Mídia impressa 3. Informação 4. Municípios turísticos I. Balderramas, Helerson de Almeida II. Título



**Universidade do Sagrado Coração
Bauru - SP**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Helerson de Almeida Balderramas
Orientador

Profa. Ms. Valéria de Almeida Oliveira
Examinadora

Profa. Esp. Regina de Albuquerque
Examinadora

Dedico este trabalho a todos que me ajudaram, me deram apoio, incentivo e acreditaram em mim, mas principalmente a minha família, e em especial aos meus pais, que são à base de tudo o que tenho e sou hoje e que durante o curso, compartilharam comigo os momentos de tristezas e também de alegrias, nesta importante etapa em minha vida, em que, com a graça de Deus, está sendo vencida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço este trabalho primeiramente à Deus que esteve presente comigo em toda essa caminhada e pelas bênçãos alcançadas.

A toda minha família, aos meus pais Rita e Orlando que me deram à oportunidade de chegar até aqui e estão ao meu lado sempre, dando amor, carinho e dedicação.

Em especial, ao meu Pai, agradeço-te por todo o apoio durante estes anos na Universidade, pelo seu esforço em sempre me dar tudo o que era necessário e principalmente em acreditar em mim e fazer com que eu pudesse realizar um dos meus sonhos.

Ao meu irmão Julio pela colaboração com as fotos da monografia.

A minha amiga de viagem Lizandra pela colaboração na retirada e devolução de livros.

Ao meu Orientador Prof. Ms. Helerson de A. Balderramas, por instruir-me desde o início do Pré-projeto e finalmente na realização desta Monografia, com muito conhecimento, dedicação e competência. Agradeço-te pelo apoio, incentivo e pela nossa amizade.

Agradeço a todos os professores que no decorrer do curso me instruíram com muito profissionalismo.

Aos meus amigos Fabiane, Fernanda, Giovanna, Luciana, Marcos, Milene, Priscila, Roger e Thiago, pessoas que conheci no início da Universidade e que me acompanham até hoje, amigos que vou guardar no coração para sempre.

E a todos que não estão citados aqui, mas que colaboraram de alguma forma para que este trabalho fosse concluído.

*Seja qual for a situação, mantenha-se em paz com você mesmo.
Esta é a melhor maneira de viver em harmonia com o mundo.*

Autor desconhecido.

RESUMO

O turismo hoje é sem dúvida um segmento altamente potencial, posto isto, este trabalho tem o propósito de enfatizar o papel dos meios de comunicação, em especial, a mídia impressa em informar, comunicar, alertar e divulgar para a sociedade, os atrativos turísticos da cidade de Pirajuí (SP) e região. A abordagem do tema aponta que quando a informação na mensagem é usada de forma ética, clara e coerente pode ser considerada como fundamental instrumento de influência, estímulo e motivação. Para a análise e conhecimento do tema, foi feito um estudo bibliográfico que fundamentou teoricamente o trabalho, foi utilizado na metodologia, a pesquisa qualitativa e exploratória. Os resultados possibilitam informações sobre os aspectos turísticos e permite a análise do grau de relevância dos serviços e equipamentos turísticos de apoio ao turismo.

Palavras - chave: Turismo, Mídia Impressa, Informação, Municípios Turísticos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização da cidade de Pirajuí (SP) e demais cidades que a circundam.	37
Figura 2 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Pirajuí (SP)	38
Figura 3 – Vista aérea da cidade de Pirajuí (SP)	39
Figura 4 – Vista da Fábrica Etscheid Techno.....	43
Figura 5 – Vista da entrada da Fábrica de bolas Penalty.....	44
Figura 6 – Foto do cantor Tito Madi recebendo uma homenagem na cidade de Pirajuí.....	45
Figura 7 – Vista da Igreja Nossa Senhora Aparecida.....	46
Figura 8 – Vista da Igreja Usina Miranda	46
Figura 9 – Mapa com a localização para o acesso ao hotel pela Rodovia Marechal Rondon, trevo do Km 396.....	47
Figura 10 – Área de Lazer do Pirajuí Plaza Hotel.....	48
Figura 11 – Vista geral da área de lazer do Parque Clube de Pirajuí, a foto registra o Baile do Caribe, festa já tradicional na cidade.....	51
Figura 12 – Vista aérea Clube de Campo P.C.P.....	52
Figura 13 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Arealva (SP).....	53
Figura 14 – Vista aérea da cidade, onde ao fundo vê-se o Porto de areia do Rio Tietê, onde a travessia é realizada de balsa, interligando os Município de Arealva, Itajú e Bariri.....	54
Figura 15 – Vista aérea do Distrito de Jacuba.....	55
Figura 16 – Vista aérea do Aeroporto Estadual Moussa Nakhil Tobias.....	60
Figura 17 – Vista da Arena do 2º Arealva Rodeio Show	61
Figura 18 – Ginásio de Esportes Chicão durante a realização do 3º Festival Intermunicipal da Canção Sertaneja de Arealva (SP).....	61
Figura 19 – Vista aérea da Prainha de Arealva	62
Figura 20 – Prainha de Arealva com toda infra-estrutura necessária aos visitantes e a população em geral, dotada de mini campo, vôlei de areia, quiosques e pousadas	63
Figura 21 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Avaí (SP)	64
Figura 22 – Vista aérea da cidade de Avaí (SP).....	65
Figura 23 – Índios da tribo Terena de Avaí (SP) em uma de suas apresentações.....	69

Figura 24 – Apresentação dos índios da Aldeia Araribá.....	70
Figura 25 – Vista da Igreja Matriz de Avaí (SP).....	71
Figura 26 – Vista da piscina que fica no espaço Centro de Lazer Jânio Joaquim Alves Mattoso	72
Figura 27 – Vista da pista de skate que fica no espaço Centro de Lazer Jânio Joaquim Alves Mattoso	72
Figura 28 – Vista dos barcos e botes na descida do Rio Batalha	73
Figura 29 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Balbinos (SP).....	74
Figura 30 – Vista aérea da cidade de Balbinos (SP).....	75
Figura 31 – Vista da Praça onde é realizada a Tradicional Quermesse de Balbinos (SP).....	80
Figura 32 – Mapa de Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Guarantã (SP).....	81
Figura 33 – Foto aérea da cidade de Guarantã (SP)	82
Figura 34 – Vista do Terminal Rodoviário de Guarantã (SP).....	87
Figura 35 – Vista da Estação de Guarantã em 2004.....	87
Figura 36 – Vista da Paróquia da cidade de Guarantã (SP).....	88
Figura 37 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Iacanga (SP).....	89
Figura 38 – Foto aérea da cidade de Iacanga (SP)	90
Figura 39 – Funcionários trabalhando na industrialização do alho Boiane, que é comercializado em todo o Estado de São Paulo	92
Figura 40 – Vista aérea do Quilombo Hotel Estância Hidromineral.....	94
Figura 41 – Visão do lago com as instalações ao fundo.....	94
Figura 42 – Vista da área de lazer da Colônia de Férias da União dos Funcionários do Banco Nossa Caixa	95
Figura 43 – Vista da Igreja da Matriz da cidade de Iacanga (SP)	96
Figura 44 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Pongaí (SP).....	97
Figura 45 – Vista aérea da cidade de Pongaí (SP).....	98
Figura 46 – Embarcação que realiza o passeio no Rio Tietê, dotada de toda segurança necessária.....	102

Figura 47 – Prainha de Pongaí com a sua infra-estrutura, foi considerada um ponto turístico do município pelo sorteio realizado pela loteria Paulista com a sua foto sendo colocada em primeiro plano no bilhete da loteria.....	102
Figura 48 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Presidente Alves (SP).....	103
Figura 49 – Foto aérea da cidade de Presidente Alves (SP).....	104
Figura 50 – Vista da Destilaria Guaricanga.....	107
Figura 51 – Vista da fonte luminosa na Praça Matriz de Presidente Alves, que tem ao fundo uma bonita Concha Acústica, onde são realizados desfiles Cívico e Militar e show musical, nos finais de semana.....	111
Figura 52 – Vista da Igreja Matriz Santa Cecília, que está localizada na Praça Principal da cidade.....	111
Figura 53 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Reginópolis (SP).....	112
Figura 54 – Vista aérea da cidade de Reginópolis (SP)	113
Figura 55 – Vista do Terminal Rodoviário de Reginópolis (SP)	117
Figura 56 – Vista da Igreja Nossa Senhora Rainha dos Anjos.....	117
Figura 57 – Vista da tradicional festa realizada na Praça Principal em louvor a Nossa Senhora Rainha dos Anjos - Padroeira do Município	118
Figura 58 – Vista do Ipê Clube de Reginópolis (SP)	119
Figura 59 – Vista da Cavalgada que todos os anos tem o seu início no Bosque Municipal, e terminando na cidade de Iacanga.....	119
Figura 60 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Uru (SP)	120
Figura 61 – Vista aérea da cidade de Uru (SP).....	121
Figura 62 – Grupo de amigos reunidos na pousada Campo Sucuri, as margens do Rio Tietê	126

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados demográficos	41
Quadro 2 – Condições de vida.....	42
Quadro 3 – Ensino 2006	42
Quadro 4 – Dados demográficos	56
Quadro 5 – Condições de vida.....	56
Quadro 6 – Ensino 2006	57
Quadro 7 – Dados demográficos	66
Quadro 8 – Condições de vida.....	66
Quadro 9 – Ensino 2006	67
Quadro 10 – Dados demográficos	77
Quadro 11 – Condições de vida.....	77
Quadro 12 – Ensino 2006	77
Quadro 13 – Dados demográficos	83
Quadro 14 – Condições de vida.....	84
Quadro 15 – Ensino 2006	84
Quadro 16 – Dados demográficos	91
Quadro 17 – Condições de vida.....	91
Quadro 18 – Ensino 2006	92
Quadro 19 – Dados demográficos	99
Quadro 20 – Condições de vida.....	99
Quadro 21 – Ensino 2006	100
Quadro 22 – Dados demográficos	107
Quadro 23 – Condições de vida.....	108
Quadro 24 – Ensino 2006	108
Quadro 25 – Dados demográficos	114
Quadro 26 – Condições de vida.....	115
Quadro 27 – Ensino 2006	115
Quadro 28 – Dados demográficos	123
Quadro 29 – Condições de vida.....	123
Quadro 30 – Ensino 2006	123

Quadro 31 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística dos Atrativos Turísticos	140
Quadro 32 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística dos Serviços e Equipamentos Turísticos.....	141
Quadro 33 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	141

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Sexo dos Participantes	126
Tabela 2 – Idade dos Participantes	127
Tabela 3 – Tempo que atua na área do jornalismo	127
Tabela 4 – Grau de relevância das categorias de análise dos Atrativos Turísticos na opinião dos Jornalistas.....	132
Tabela 5 – Grau de relevância das categorias de análise dos Serviços e Equipamentos Turísticos na opinião dos Jornalistas	135
Tabela 6 – Grau de relevância das categorias de análise da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo na opinião dos Jornalistas	138

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 Definições de Turismo	19
2.2 Comunicação e Informação no Turismo	22
2.3 Mídia e suas Dimensões	24
3 OBJETIVOS	32
3.1 Objetivo Geral	32
3.2 Objetivos Específicos	32
4 METODOLOGIA.....	34
4.1 Estudo Exploratório.....	34
4.2 Tipos de Pesquisa	34
4.3 Coleta e Obtenção de Dados.....	35
4.4 Tratamento de Dados.....	35
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES	37
5.1 Caracterização do Objeto de Estudo - Pirajuí.....	37
5.2 Caracterização do Objeto de Estudo - Arealva.....	52
5.3 Caracterização do Objeto de Estudo – Avaí.....	63
5.4 Caracterização do Objeto de Estudo – Balbinos	73
5.5 Caracterização do Objeto de Estudo – Guarantã.....	81
5.6 Caracterização do Objeto de Estudo – Iacanga	88
5.7 Caracterização do Objeto de Estudo – Pongaí.....	97
5.8 Caracterização do objeto de estudo – Presidente Alves	103
5.9 Caracterização do objeto de estudo – Reginópolis.....	112
5.10 Caracterização do Objeto de Estudo – Uru	120
5.11 Análise e Adaptação do Roteiro Diagnóstico para a Pesquisa Jornalística.....	126
5.12 Roteiro diagnóstico para produção textual sistêmica da atividade turística.....	140
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	143
REFERÊNCIAS	146
ANEXOS	150

INTRODUÇÃO

1 INTRODUÇÃO

O setor de turismo é um dos que mais tem crescido nos últimos anos. Está ligado diretamente ao meio ambiente sendo capaz de expor nosso patrimônio natural e cultural, onde a natureza é o produto a ser vendido. Se não for planejado e divulgado corretamente, acabará acarretando um baixo desenvolvimento da atividade turística.

Na medida em que esta atividade vem crescendo, nota-se uma considerável falta de interesse e incentivo em relação à divulgação do potencial turístico que as cidades pequenas possuem. Esse setor se bem planejado é capaz de expandir o mercado de trabalho, gerar empregos e ter uma distribuição mais justa da renda.

No caso, a região de Pirajuí possui cidades que contém diversificados atrativos turísticos, sejam eles naturais ou culturais, podendo ser encontrado desde festas populares, museus, prainhas, áreas para camping, cultura indígena, enfim lugares que possibilitam um contato maior com a natureza e cultura, e que não são divulgados, e muitos desconhecem. O foco é eleger os aspectos diferenciais de cada município, com o propósito de atrair turistas e a região permanecer na mídia o ano inteiro.

Para isso exige-se um diagnóstico profundo das vocações, potencialidades, sinalização, serviços, produtos, compras, entre outras.

É notório que as pessoas não têm tempo de ficar pesquisando um lugar para poder fazer uma viagem ou até mesmo desfrutar de seu mínimo tempo livre com sua família, muitos nem saem de casa por falta de informações, tempo, gasto ou cansaço que a viagem poderá trazer na volta. A região oferece muita coisa boa para ser explorada saudavelmente, mas o que falta mesmo são as fontes. Neste sentido a mídia impressa, por exemplo, é a mais procurada, por ser a mais fácil e acessível a todos. Por isso, o intuito dessa monografia é buscar informações e fazer um levantamento dos atrativos turísticos para fornecer aos profissionais da comunicação uma matéria completa para os mesmos transmitirem e prender o leitor na matéria que será inserida.

Por ser considerado atualmente como o setor de maior desenvolvimento econômico, social e cultural, o turismo pode alavancar o progresso de localidades pouco desenvolvidas, pois permite uma valorização dos seus recursos, serviços e produção.

Diante dessa expansão surge o interesse em divulgar ainda mais as potencialidades turísticas das localidades da região de Pirajuí.

O Jornal Gazeta de Pirajuí é um jornal de circulação regional, e é um dos jornais mais lidos pelas localidades que circundam a cidade de Pirajuí, apesar de ser um bom jornal, falta

em seu conteúdo um caderno de turismo ou até mesmo um espaço em uma página com dicas que poderiam fornecer à seus leitores valiosas informações dos recursos turísticos que as localidades possuem e que muitos desconhecem.

Os jornais do interior são a “voz” de suas comunidades. São neles, com seus artigos, editoriais, cartas de leitores, denúncias, que vemos a opinião pública manifestar-se sobre os assuntos que lhes dizem respeito (QUEIRÓZ; OLIVEIRA, 2002, p. 5).

A presente Monografia viabiliza um levantamento de informações do potencial turístico das localidades vizinhas de Pirajuí, a fim de fornecer aos diversos tipos de mídia impressa, um conteúdo claro, aprofundado e objetivo para elaboração de matérias e reportagens.

Está estruturada da seguinte forma: no desenvolvimento da fundamentação teórica é destacado o conceito de turismo e sua ligação com a mídia, ressaltando na importância da comunicação para a atividade turística, em seguida apresenta-se o levantamento de dados tendo como base o Roteiro Diagnóstico Turístico de Ruschmann (1998) que caracterizou o objeto de estudo (10 cidades), e finalizando a discussão dos resultados referentes ao Formulário aplicado aos jornalistas de Pirajuí (SP), onde foi possível destacar o grau de relevância e prioridade para uma produção textual sistêmica da atividade turística.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Definições de Turismo

O conceito turismo gera uma grande polêmica quanto a sua definição, vários são os autores que procuram apresentar um conceito que melhor enquadre no ponto de vista de seu estudo.

Na maioria tratam o turismo como um meio de busca a sustentabilidade social, econômica e ambiental de um determinado país, região e comunidade local.

A primeira definição remonta-se a 1911, em que o economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen escrevia que “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turismo de um determinado município, país ou estado” (BARRETTO, 1995, p. 9).

O turismo: é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para o outro, no qual exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas interações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1992, p. 19).

Para os autores Cooper; Fletcher; Wanhill; Gilbert; Shepherd (2001, p. 40), o turismo:

(...) Pode ser pensado como sendo uma ampla gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares, que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem. O turismo é uma atividade multidimensional e multifacetada, que tem contato com muitas vidas e atividades econômicas diferentes.

Hoje, é impossível limitar uma definição específica de turismo. Sem dúvida é uma atividade socioeconômica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem visando à satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias (LAGE; MILONE, 2000, p. 26).

O turismo pode ser usado como trampolim para incrementar avanços econômicos e sociais em áreas urbanas e rurais (YOUNELL, 2000, p. 28).

O turismo é uma força econômica das mais importantes do mundo. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas, criam-se mercados nos quais a oferta e a procura encontram-se. Os resultados do movimento financeiro decorrentes do turismo são por demais expressivos e justificam que esta atividade seja incluída na programação da política econômica de todos os países (OLIVEIRA, 2000, p. 40).

Para Oliveira (2000, p. 40) o turismo, que antes era para muitos uma atividade secundária, passou a receber atenção especial em razão de ser uma fonte geradora de receitas e a exigir metódica e delicada manipulação, consolidando-se dentro do conceito de “indústria normal”.

Por sua natureza, a atividade turística possui uma complexividade e um dimensionamento que torna impossível o estabelecimento da fronteira de atuação, sendo um setor produtivo diferenciado dos demais, pois é resultante da soma de várias atividades econômicas na formação do produto turístico (Rose, 2002, p. 45).

O desenvolvimento do turismo pode trazer benefícios ou custos para a população das sociedades receptoras, sejam consumidoras ou produtoras. Como consumidoras, elas podem ganhar acesso a uma multiplicidade de serviços, tais como: melhores estradas, novos hotéis, serviços recreacionais mais desenvolvidos, grande variedade de restaurantes e muitos outros. Como produtoras, a população local pode receber maiores salários pelos recursos disponíveis de trabalho, habilidade e terra (LAGE; MILONE, 2000, p. 118).

Segundo Barreto (2001, p. 12) o turismo é mais uma das atividades que lhe oferecem dentro de uma infinita gama de possibilidades de entretenimento. Para uma estreita faixa de intelectuais, é uma dentre várias formas de adquirir conhecimentos, ou seja, uma forma de educação alternativa. Para a grande massa trabalhadora, pode significar a oportunidade de emprego ou subemprego, e para os grandes empresários será uma fonte de enormes lucros.

O produto do turismo é uma combinação de todos os bens e serviços que os viajantes buscam ou compram na preparação e na realização de suas viagens. Há uma infinidade de motivos para viajar, em geral a negócios ou a lazer, dentro da definição turismo, mas fins educacionais, de saúde e religiosos (peregrinações) também são importantes geradores viagens (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 49).

O turismo é um elemento necessário na vida humana, é uma atividade básica primordial para o indivíduo. Quando se diz a respeito em viajar, as pessoas se interessam quando há alguma motivação para realizar suas necessidades.

Para Andrade (2000, p. 21) é significativa a diversidade de locais de lazer, de tratamento de saúde, de repouso, de compras e de contatos profissionais, científicos e culturais.

As metrópoles, os centros de grande densidade populacional e os centros de decisões importantes a níveis internacional, nacional e regional tornam-se receptivos, cada vez mais procurados por um número de pessoas sempre crescente, que se somam aos tradicionais

visitantes. Por isso esses pólos devem reciclar-se e redimensionar-se, de modo constante, para manter ou melhorar suas possibilidades nas funções de receber, ocupar, distrair e prestar assistência eficiente a todos quantos a eles se dirigem para usufruir de seu potencial natural ou artificial, por necessidade ou por gosto.

A destinação pode ser considerada a “estrutura” sob o qual os diversos setores indústria do turismo trabalham em parceria para fornecer instalações e serviços a viajantes de lazer e negócios. Em uma destinação típica, uma variedade de organizações turísticas comerciais e não comerciais funcionará em conjunto - os órgãos públicos em geral fornecem infra-estrutura, planejamento e estruturas normativas, serviços de informações turísticas e promoção da destinação turística, ao passo que operadoras privadas oferecem a maior parte das instalações aos visitantes, como hospedagem, catering, atrações e entretenimento (YOUPELL, 2002, p. 54).

Segundo Urry (1996, p. 17) o turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades “modernas”. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras de ser “moderno” e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados.

Como visto, há tantas definições de Turismo quantos autores que tratam do assunto. Mas quanto maior o número de pesquisadores que se preocupam em estudá-lo, tanto mais evidentes se apresentarão a amplitude e a extensão do fenômeno do Turismo e tanto mais insuficientes e imprecisas serão as definições existentes. Muitos autores chegam a considerar a extrema dificuldade para uma definição precisa e abrangente de Turismo, levando em conta que o fenômeno é tão grande e complexo que se torna praticamente impossível expressá-lo corretamente e, por isso, preferem observar invariavelmente seus aspectos parciais ou, pelo menos, algumas de suas realidades isoladas (BENI, 2002, p. 36).

Fica evidente que o turismo é uma atividade econômica de importância global, sendo considerado atualmente como o maior gerador de empregos em que movimenta grande parte da economia no Brasil e no mundo.

Diante disto, o turismo é, ou deveria ser, um direito legítimo e acessível a todos!

2.2 Comunicação e Informação no Turismo

É notório que qualquer ato referente à informação beneficia na atividade turística. A informação tem poderosos efeitos, e em questão de segundos percorre distâncias.

Para Santaella (1996, p. 31) de um modo geral, pode-se dizer que, onde quer que uma informação seja transmitida de um emissor para um receptor, tem-se aí um ato de comunicação. Não há, portanto, comunicação sem informação. Mas não há também transmissão de informação sem um canal ou veículo através do qual essa informação transite, assim como não há comunicação ou ligação entre um emissor e um receptor se estes não compartilharem, pelo menos parcialmente do código através do qual a informação se organiza na forma de mensagem.

Comunicação é interação. Trata-se, de ordinário, de um processo de dois sentidos, que supõe a estimulação e a resposta entre organismos e é, ao mesmo tempo, recíproco e alternativo. A resposta evocada por um comunicado torna-se, por seu turno, estímulo e comunicado por si mesma. Dessa maneira, numa série de comunicações, cada qual pode ser, ao mesmo tempo, resposta e estímulo (STEINBERG, 1968, p. 41).

Para Nielsen (2002, p. 97) há vários problemas referentes a informações para a atividade turística. Apesar delas estarem disponíveis em abundância, saber como interpretá-las e usá-las é uma tarefa que exige muita atenção.

As pessoas dependem da comunicação para obterem informações, a mídia de massa é a mais procurada e vista mundialmente, ela tem o poder de transmitir e causar efeitos diferentes sejam positivos ou negativos, dependendo de sua abordagem.

É fundamental que os fornecedores de serviços turísticos saibam qual é o veículo mais eficiente para atingir as necessidades dos turistas.

A informação e divulgação são de fundamental importância para o desenvolvimento e crescimento do turismo.

A publicidade encontra-se ligada às ciências humanas e, sobretudo, como tem sido visto, à psicologia, que representa cada vez mais uma aplicação dos seus conceitos para a comunicação de massa. Uma vez analisado o comportamento das pessoas, torna-se mais fácil atingi-las, penetrar no inconsciente delas, criando um mundo de sonhos, de fantasias e de possibilidades (BARBOSA, 2001, p. 27).

No começo do século XX, observamos a Era da Comunicação de Massa, com o aparecimento de jornais, livros, revistas, bem como a invenção do telégrafo, telefone, cinema, rádio e da televisão, trazendo importantes mudanças na condição humana.

Evidentemente, à medida que ocorreram estas evoluções individuais, a capacidade de viajar também evoluiu, sendo que quanto mais aperfeiçoada a comunicação foi ficando, tanto mais fácil foi inventar, criar, emprestar soluções e acumular uma sucessão de conhecimentos que contribuíram para um maior conforto, bem estar e supervivência humana (LAGE; MILONE, 2000, p. 39).

Os meios de comunicação assumem, cada vez mais, o papel de sujeitos, inserindo-se como agente, participando ativamente dos rumos que tomam a sociedade.

Segundo Steinberg (1968, p. 18) através da comunicação, o homem evita a solidão frustrante do isolamento e encontra um meio de satisfazer às suas necessidades e desejos. A comunicação é um processo social. A comunicação “padroniza” o meio para o indivíduo. Os meios de comunicação de massa refletem esse meio. A comunicação “relaciona” o indivíduo a outros indivíduos. Os meios de comunicação de massa, como a imprensa, revelam certas relações entre os indivíduos e o meio social. Os meios de comunicação de massa, sobretudo na educação, ajudam relacionar o comportamento de grupo ao meio.

Estudiosos da comunicação, auxiliados pela psicologia social, observaram que o recebimento da mensagem é regido por alguns princípios. (...) quanto mais expostas as pessoas são a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta, e à medida que o interesse aumenta, mais elas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele (DORNELLES, 2002, p. 29).

A informação através dos variados meios de comunicação tem o poder de conscientizar, divulgar os recursos que o turismo possui, tornam-se muito importantes na tomada de decisão referente às ofertas de serviços. Por isso ela deve ser cuidadosa e eficiente.

A tomada de decisão é complexa no mundo real das informações imperfeitas. Compreender o processo pelo qual os turistas buscam informações é importante para quem as fornece e procura (NIELSEN, 2002, p. 97).

Para Lima (2001, p. 25) a comunicação é representada em seus extremos, por transmitir, que é um processo unidirecional, e compartilhar, que é um processo comum ou participativo. Assim, “a ação de tornar comum a muitos” pode ser resultado tanto de uma transmissão como de um compartilhamento, que são pólos opostos de uma ação de comunicar. Para que se transmita algo é preciso que se admita que esse algo possa ser apropriado e em seguida “transmitido” a outro. Quando se compartilha, ao contrário, o que ocorre é uma co-participação, uma comunhão, um encontro. A distinção pode ser feita identificando-se, de um lado, uma comunicação manipulatória e, de outro, uma comunicação

participativa. Os meios tecnológicos de uma transmissão de informação é a mídia (impressa, cinema, rádio e televisão).

Segundo Amaral (1997, p. 41) uma forma mais simplificada estabeleceria quatro qualidades para a boa informação: deve ser interessante (fugir à banalidade quotidiana), abrangente (interessar ao maior número possível de pessoas), nova e verdadeira.

2.3 Mídia e suas Dimensões

O termo a mídia é um título ligado ao tipo e formato da comunicação que ocorre ao redor de todos nós. Às vezes consciente outras subconscientemente, na comunicação formal e informal tomamos conhecimento do espaço que nos cerca. Como parte dessa conscientização, formulamos idéias e atitudes que levam a uma interpretação do nosso meio. Ao fazermos essa interpretação, designamos um significado às palavras “mídia” ou “mídia”, reagimos (talvez inconscientemente) à mídia como uma função, que é a de informar (NIELSEN, 2002, p. 25).

Conceituamos mídia (do inglês media) como todo meio de comunicação entre uma empresa e seu respectivo mercado. Para a constituição dos referidos elos são necessários os tipos, veículos e peças de mídia. Pode ser classificada em tipos clássicos como a impressa, a eletrônica e a interativa (KUAZAQUI, 2000, p. 129).

Segundo Lage, Milone (2000, p. 45) teorias mais recentes afirmam que mesmo que as mídias não consigam transmitir às pessoas formas como pensar, têm uma surpreendente capacidade de sugestão sobre temas para seus consumidores refletirem.

Ao longo do tempo, através dos anúncios e da mídia, as imagens geradas pelos diferentes olhares do turista passam a constituir um sistema de ilusões, fechado, que se autoperpetua e proporciona a esse turista uma base para que ele selecione e avalie os lugares potenciais que visitará (URRY, 1996, p. 23).

Para Silverstone (2002, p. 12) passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência.

Por ser um conjunto de informações e de comunicação, a mídia é basicamente essencial na promoção e informação sobre viagens, através dos seus meios, os indivíduos se motivam facilmente na hora do processo de decisão para um rumo turístico.

Na sociedade atual, a mídia constitui um dos fatores fundamentais na formação do que é comumente conhecido como “opinião pública”. Age sozinha, é visto, lido e ouvido.

A expressão poder dos media, por outro lado, refere-se a uma possibilidade geral da parte dos media em obterem efeitos, especialmente de tipo planejado. Estas distinções são importantes para a precisão, embora seja difícil manter o seu uso constante (MC QUAIL, 2003, p. 429).

Nielsen (2002, p. 11) afirma que o turismo desta era pós-industrial pode encontrar suas origens na primeira viagem de Thomas Cook em excursões organizadas, que marcaram o nascimento do turismo em massa. Está comprovado que ele usou as impressoras de sua própria tipografia para fazer uma primeira versão dos folhetos, promovendo uma excursão de trem, de um dia. O sucesso desse empreendimento deu mostras do poder da propaganda e dos canais de distribuição, além de estabelecer, também, uma ligação entre o crescimento do turismo em massa e, em seguida, da mídia de massa.

É fundamental que os fornecedores de serviços turísticos saibam qual é o veículo mais eficiente para atingir as necessidades dos turistas.

Para Lage; Milone (2000, p. 55) o veículo, também chamado media, ou o programa escolhido para a divulgação é que define o público-alvo a ser atingido pela mensagem (target).

A cada número de inserções de propaganda os veículos dão uma bonificação na forma de anúncios adicionais.

As agências remuneram-se por meio de uma comissão embutida no custo dos anúncios. Dentre os principais veículos de comunicação, destacamos para o turismo:

- Jornal: campeão da preferência do mundo das agências, principalmente nos suplementos de turismo, por se tratar de uma mídia dirigida, pelo seu custo relativamente acessível e pela facilidade de sua utilização.
- Televisão: a ferramenta mais charmosa e que confere status e credibilidade ao anunciante em troca de um investimento normalmente elevado. Para o turismo só é viável para empresas de maior porte ou programas dirigidos especialmente ao lazer em canais de menor audiência.
- Revista: veículo interessante, principalmente quando for segmentado. As revistas de interesse geral (Veja, Isto é, Época) normalmente são muito caras em função de sua elevada tiragem.
- Rádio: veículo muito interessante por sua relação custo-benefício e que está aumentando de importância pelo crescente tempo que as pessoas nas grandes cidades urbanizadas passam nos carros (LAGE; MILONE, 2000, p. 55).

No turismo, segundo Beni (1997, p. 207) a mídia esta relacionada ao marketing do produto turístico que compreende, pois, a descoberta daquilo que os turistas desejam (pesquisa de mercado), o desenvolvimento de serviços turísticos adequados (planejamento do

produto), a informação aos turistas sobre o que está disponível (publicidade e promoção) e a orientação sobre os locais onde podem comprar serviços (canais de distribuição: operadoras turísticas e agências de viagens), de modo que a estes sejam atribuídos valor (preço) e a empresa de turismo lucre, atingindo suas metas.

2.3.1 Mídia Impressa

São muitos os veículos que levam a notícia ao público. A multiplicação dos meios informativos é um fenômeno do século XX (ERBOLATO, 1978, p. 27).

Segundo Kuazaqui (2000, p. 128) a mídia impressa é a mais usual e apresenta-se como um tradicional meio de comunicação, como jornais e revistas, por exemplo.

Ainda hoje, a palavra escrita é o meio mais eficaz para transmitir informações complexas. Quem quer informações com profundidade deve, obrigatoriamente, busca-las em letras de forma. Jornais, folhetos, apostilas, revistas, livros, não interessa o quê: quem quer saber mais tem que ler (SCALZO, 2006, p. 121).

A palavra, impressa ou falada, pode derrubar governos, modificar hábitos, impor novas condições de vida e influir no consciente ou subconsciente do receptor (ERBOLATO, 1978, p. 19).

Em comparação em relação às mídias falada e impressa, e de como ela é absorvida na sociedade, Scalzo (2006, p. 14) afirma:

Para ilustrar, podemos lançar mão da seguinte imagem: na televisão, fala-se para um imenso estádio de futebol, onde não se distinguem rostos na multidão; no jornal, fala-se para um grande teatro, mas não se consegue distinguir quem é quem na platéia; já numa revista semanal de informação, o teatro é menor, a platéia é selecionada, você tem a idéia melhor do grupo, ainda que não consiga identificar um por um.

Para Nielsen (2002, p. 32) em geral, o termo mídia impressa refere-se a jornais, revistas, folhetos, periódicos, boletins informativos e, em menor grau, à mala direta. A mídia impressa originou-se na Grã-Bretanha com a invenção das técnicas de impressão tipográfica em 1476, e foi seguida pelos primeiros e imperfeitos jornais no início da década de 1620.

No começo do século XX já se falava, inicialmente em uma idéia de publicar notícias em versões condensadas, algo como “jornalismo em tablóides”.

Segundo Amaral (1997, p. 181) fazem fortuna os tablóides nos Estados Unidos. O primeiro a aparecer em formato standard foi o New York Daily News, fundado em junho de 1919, pelos proprietários do Chigado Tribune, vindo em seguida o Daily Mirror (de Hearst).

Atualmente o uso do tablóide é referido ao formato de jornais alternativos semanais ou semi-semanais. Muitos destes são geralmente jornais mais comuns, o que mais diferencia estes jornais dos diários, além de sua publicação menos freqüente, é o fato de eles serem geralmente grátis para o usuário, pagos pelo lucro dos anúncios, também é fato que esses jornais tendem a se concentrar mais em fatos locais de entretenimento.

Para Souza (1996, p. 17) a função do jornal é, basicamente, informar. Nesse sentido, serve á sociedade, quando reúne, escreve e divulga as notícias. Cotidianamente, o jornal nasce e morre, pois o que se divulgou ontem já se tornou obsoleto.

Segundo Erbolato (1978, p. 31) os jornais (impressos) manejam a notícia com mais pormenores e extensão do que qualquer outro veículo de comunicação de massa. A imprensa futura deverá adquirir nova dimensão, para tornar compreensível o noticiário, que será cada vez mais complexo. Há os que admitem um jornalismo motivacional, cujo objetivo seria o de explicar as verdadeiras razões que levaram à ação, grupos ou indivíduos.

Os periódicos - jornais e revistas - estão ligados a um tópico maior, a imprensa, meio de comunicação de massas constituído por publicações que divulgam informações, comentários e imagens gráficas referentes ao que acontece na cidade, no país e no mundo, de interesse para a vida dos indivíduos e da comunidade (SOUZA, 1996, p. 12).

“O jornal permite a consulta permanente e a recuperação da informação; a linguagem escrita está fixada” (ERBOLATO, 1978, p. 29).

Para Duguid (2001, p. 164) o jornal, então, é um tanto parecido com a biblioteca - não é simplesmente uma coleção de notícias, mas uma seleção e reflexão sobre elas. E nesse processo de seleção não exatamente “reúne notícias”, mas tece-as e molda-as, desenvolvendo histórias de acordo com o espaço disponível e prioridades. As características do jornal inerentemente transportam estas prioridades aos leitores.

Segundo Sousa (2005, p. 11) os jornais impressos, por serem relativamente mais acessíveis e baratos que as outras mídias, concentraram em si as principais manifestações jornalísticas necessárias ao incremento regional/local.

O leitor identifica-se com o jornal de sua cidade, independentemente da linha editorial, já que é esse veículo que informa o que lhe interessa mais de perto. Desse modo, a natureza do jornalismo do interior e a preferência dos leitores da cidade pelo jornal local são complementadas pelo fator da proximidade.

2.3.2 A Importância do Profissional de Turismo na Matéria Jornalística

Para que o setor turístico alcance um progresso efetivo, é necessário um diagnóstico profundo do desenvolvimento turístico de uma localidade.

Segundo Ruschmann (1999, p. 158) para se desenvolver o turismo em uma localidade, é necessário fazer um levantamento minucioso de suas potencialidades, avaliar sua vocação e seus atrativos diferenciais, com esse conjunto de informações é possível desenvolver um plano sustentável para o desenvolvimento turístico.

Ao descrever os objetivos turísticos para ajudar no processo de decisão para atrair turistas no local Oliveira (2000) destaca a importância em definir as regiões da localidade que são de interesse turístico, estabelecer os tipos de turismo que podem ser praticados na região, fazer a população local lucrar com o desenvolvimento turístico e buscar ou criar um atrativo específico da zona turística, afim de promover e divulgar aquele atrativo, dando oportunidade do turista poder explorar e conhecer lugares desconhecidos sem divulgação. Com a elaboração desse plano, tudo ficará concreto, e sem ele o sistema turístico não reagirá como se esperava.

Segundo Boullón (2005, p. 30) a existência do espaço turístico está condicionada à presença de atrativos turísticos. Estes são como a matéria-prima do turismo, uma vez que constituem a causa principal que motiva uma viagem turística.

Cada vez que alguém empreende uma viagem para um destes atrativos, gera um conjunto de necessidades de transporte, hospedagem, alimentação, visitas ao lugar, diversões, passeios, esportes, compras, cuja satisfação origina uma série de construções que adotam as características exigidas para a prestação dos serviços correspondentes.

O foco estratégico é melhorar e despertar o turismo das localidades que possuem um ou vários atrativos, para isso é necessário diagnosticar oportunidades, ameaças, fragilidades, fazer um estudo da oferta original dos atrativos, eventos, meios de hospedagem, alimentação (pratos típicos), entretenimento, estudar o envolvimento da comunidade com o turismo, analisar se o atrativo possui paisagem atraente, verificar a diversidade de atrativos e recursos naturais (praias, trilhas, rios), eleger os elementos culturais que agregam valor ao destino. Com isso buscar promover o desenvolvimento sustentável do turismo na região, melhorando a qualidade de vida das comunidades locais e ao mesmo tempo criando um ambiente favorável a novos investimentos geradores de emprego e renda.

Incorporar o valor da oferta turística permite ordenar numa escala de importância todos os centros de um país, de uma região ou de um estado (ou província) que foram previamente classificados pela origem do mercado e seu funcionamento. Mais tarde esta informação será útil para a tomada de decisões referentes aos programas de promoção e aos planos gerais de desenvolvimento do espaço turístico e plano particulares de cada município turístico (BOULLÓN, 2005, p. 71).

Para Nielsen (2002, p. 161) deve ser feita uma seleção abrangente de informações acessíveis que corresponda a demanda e oferta de informações, maximizando o efeito da mídia atraído ao turismo. O turista quando confiante de que as informações são boas e suficientes claras a sua necessidade, é evidente a decisão ser satisfatória.

Para realizar um texto, é preciso ter domínio profissional, atualização e variadas experiências culturais que nos circundam.

Segundo Kuazaqui (2000, p. 163) os profissionais precisam ser generalistas e, ao mesmo tempo, técnicos: devem saber executar a contento várias atividades, de maneira a satisfazer fatores contingenciais e principalmente fazer um trabalho bem feito; devem estar aptos sob todos os pontos de vista, sejam eles de ordem humana, social, intelectual, técnica ou gerencial, e se antecipar e solucionar problemas com a devida presteza que o mercado exige.

O profissional de turismo deve ser um agente eficiente, com conhecimentos gerais em relação a todas as áreas para poder ter informações e conhecimento suficiente para fornecê-lo.

Seguindo estes aspectos fica evidente que o turismólogo que é o profissional de nível superior que conhece, analisa e estuda o turismo em sua totalidade desenvolve um papel importantíssimo no saber e desenvolvimento turístico.

Através de sua coleta de dados fica possível ser entregue ao jornalista todas as informações básicas e necessárias para uma futura matéria jornalística.

Para Amaral (1997, p. 29) o termo Jornalista, alcança todos quantos trabalham na redação de jornais, revistas, departamentos de radiojornalismo e telejornalismo, nos serviços de comunicação social de empresas particulares e organismos estatais. Para o público, porém, é o repórter e o redator, sobretudo o repórter. Em resumo: é o homem que faz a notícia; quem a descobre, apura, escreve e divulga seca, comentada ou interpretada.

Seu trabalho consiste em formar, informar, reformar, ensinar, divertir. Tudo depende das circunstâncias e do sistema onde se desenvolvem suas atividades. Mas, seja qual for o veículo para que trabalhe, as qualidades profundas que se lhe exigem são as mesmas.

Segundo Erbolato (1978, p. 34) nenhum jornalista duvida que interpretar objetivamente é mais difícil do que informar, já que, no processo de pesquisa, de investigação

e de análise dos acontecimentos, os fatores subjetivos tem mais oportunidade de se manifestar, do que quando simplesmente são descritos os fatos. Contudo, a simples informação, às vezes, também é difícil de ser redigida, dentro de rigorosa objetividade.

A reportagem que é um gênero jornalístico e é transformado em uma notícia deve ser eficiente. Segundo Amaral (1997, p. 133) a reportagem é a representação de um fato ou acontecimento enriquecida pela capacidade intelectual, observação atenta, sensibilidade, criatividade e narração fluente do autor.

A relação entre o Profissional do turismo e o jornalista ficaram evidentes, o turismólogo tem o papel de coletar dados precisos a respeito de tudo, evitando também algum tipo de desconforto ou aborrecimento aos turistas. A fim de uma melhor hospitalidade, eles precisam também orientar as populações receptoras a ajudar os turistas, fazendo com que sejam bem acolhidos e se sintam queridos e confortáveis. Já o jornalista com estas informações, oferecem através da mídia impressa uma matéria completa ao leitor, que se sentirá motivado para se deslocar até o local divulgado.

OBJETIVOS

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Elaborar um roteiro diagnóstico que possibilite aos profissionais da área de comunicação uma produção textual sistêmica da atividade turística na região de Pirajuí (SP).

3.2 Objetivos Específicos

- Buscar informações nos locais específicos utilizando o Inventário da Oferta Turística como roteiro diagnóstico turístico nos municípios de abrangência do Jornal Gazeta de Pirajuí – Regional.
- Adaptar o roteiro diagnóstico para levantamento de informações
- Verificar junto a jornalistas locais o grau de relevância das categorias de análise dos atrativos turísticos.

METODOLOGIA

4 METODOLOGIA

4.1 Estudo Exploratório

Esta monografia caracterizou-se inicialmente com uma pesquisa exploratória, procurando maior entendimento sobre o tema proposto. Afim de obter a elaboração conceitual, definição de marcos teóricos e levantamento de dados históricos, foi feito um estudo através da pesquisa bibliográfica, com a revisão de literaturas especializadas.

Foi utilizado fontes secundárias em livros, artigos e trabalhos acadêmicos, que constam em acervo particular, referências eletrônicas (sites) e da Biblioteca da Universidade do Sagrado Coração.

A estrutura metodológica foi baseada em Dencker (1998), concomitante as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2002).

Para a caracterização das áreas de objeto de estudo utilizou-se o levantamento de dados a partir do Roteiro diagnóstico (RUSCHMANN, 1998), que é uma base essencial para a promoção do desenvolvimento turístico, através desse inventário, foi possível registrar ordenadamente o conjunto dos atrativos turísticos, dos equipamentos e serviços e da infraestrutura de apoio turístico existentes no mercado e em pleno funcionamento. Muitas informações foram coletadas, sendo registrado as potencialidades dos atrativos turísticos e das ofertas local e regional.

A disponibilidade de acesso a essas informações, foram através de visitas nos locais, como também pesquisa no web site dos municípios, no web site do IBGE e Seade e relatos verbais de fontes pessoais.

4.2 Tipos de Pesquisa

4.2.1 Pesquisa Qualitativa

Foi utilizado o método qualitativo, por meio do instrumento exploratório – Formulário. A pesquisa foi esclarecida e explicada detalhadamente para cada entrevistado.

4.3 Coleta e Obtenção de Dados

Foi elaborado um formulário (ANEXO A) para verificar o grau de relevância das categorias de análise adaptado do documento Inventário da Oferta Turística do MTUR (2006).

O formulário foi aplicado no dia 9 de abril de 2008, a 7 jornalistas da cidade de Pirajuí.

A pesquisa visou verificar qual o grau de relevância em relação aos atrativos turísticos de algumas cidades da região de Pirajuí, através dos dados, fica possível ter uma visão do que é importante para os jornalistas em relação ao que seria viável para eles em uma futura matéria jornalística.

A limitação deste estudo se destina a alguns municípios que estão localizados próximo a cidade de Pirajuí, e que possuem alguns atrativos turísticos.

O presente trabalho se estenderá também, para as localidades de pequeno porte que possuem características similares as do objeto de estudo.

4.4 Tratamento de Dados

Os dados obtidos dos formulários da pesquisa qualitativa foram estatisticamente analisados a partir das frequências absoluta e relativa e apresentados em forma de tabelas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Está sendo caracterizado como objeto de estudo a cidade de Pirajuí e 9 municípios que estão localizados próximos à cidade.

Os municípios citados recebem semanalmente a circulação do Jornal Gazeta de Pirajuí – Regional que atua na região à aproximadamente 20 anos.



Figura 1 – Localização da cidade de Pirajuí (SP) e demais cidades que a circundam.
Fonte: Pirajuí (2008), adaptado pela autora.

5.1 Caracterização do Objeto de Estudo – Pirajuí

5.1.1 Delimitação da Área

O Município de Pirajuí está localizada na região central do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Bauru, Lins, Regimópolis, Balbinos, Presidente Alves e Uru. E está também localizada na Microrregião de Bauru (PREFEITURA PIRAJUÍ, 2008).



Figura 2 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Pirajuí (SP)

Fonte: Pirajuí (2008)

5.1.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 400 Km. Localiza-se a uma latitude de 21°59'55" sul e a uma longitude 49°27'26" oeste, estando a uma altitude de 468 metros.

O Município possui uma área territorial de 821,68 km² (PREFEITURA PIRAJUÍ, 2008).



Figura 3 – Vista aérea da cidade de Pirajuí (SP)
Fonte: Pirajuí (2008)

5.1.3 Aspectos Históricos

Pirajuí tem como nome de origem Pirajuhy, que deriva da língua tupi: Pira = peixe - ju = corruptela de juba, amarelo vivo, dourado - hy = água corrente, rio, portanto, rio do peixe dourado, ou, por extensão, rio dos peixes dourados.

Foi em 1888, à margem do córrego ainda hoje conhecido com o nome de Água da Mangueira, que se fez a primeira derrubada para a localização do homem civilizado - nesta parte sertão da Zona Noroeste, então em pleno domínio dos índios coroados. Em 1889, João Justino da Silva, Coronel Joaquim de Toledo Piza e Almeida, Adão Bonifácio Dias, Leão Cerqueira, Inácio Vidal dos Santos Abreu, Luiz Wolf, Clementino Rodrigues da Silva, Salvador da Costa Sarico e outros, vencendo as dificuldades, atingiram terras deste Município, estabelecendo nas mesmas, as primeiras lavouras de café, sendo que em 1891, o Cel. Joaquim de Toledo Piza e Almeida, nos espigões dos rios Dourado e Feio plantava setenta mil cafezais; Adão Bonifácio da Silva abria a água da Congonha, formando uma lavoura de cerca de cinco mil cafezais; João Justino da Silva, à margem direita da água da Estiva, estabelecia uma lavoura cafeeira com aproximadamente quatro mil pés. Foram estas,

as primeiras plantações de café de Pirajuí, que futuramente iria ostentar o título de “O Maior Município Cafeeiro do Mundo”, confirmado pelos seus trinta e cinco milhões de cafezais.

Em 1895, João Justino da Silva, José Gregório Vidal de Abreu, Manoel Francisco Ribeiro e outros, fizeram tombar as primeiras árvores para se apropriarem dos terrenos onde hoje se eleva, com suas magníficas residências e seus lindos jardins, a cidade de Pirajuí.

Na indomável fúria de conquistar mais terras dos coroados e caingangues, Joaquim dos Santos, à frente de alguns homens, atingiram, em 1900, a Água da Corredeira, distante vinte e seis quilômetros de seu arraial e onde hoje, sede de Distrito de Paz da Corredeira.

Dia-a-dia crescendo o número dos desbravadores, no núcleo de João Justino da Silva e seus companheiros nasceu à idéia de estabelecer ali, um patrimônio e, em 1902, fundava-se o povoado de São Sebastião do Pouso Alegre - a antiga denominação de Pirajuí.

Decorridos dois anos após a fundação do povoado, por João Justino da Silva, foram construído e reconhecido pela autoridade diocesana, a capela de São Sebastião, onde, em 25 de novembro de 1904, foi celebrada a primeira Missa pelo padre Francisco Elias Vártolo.

Com o início da construção da Estrada de Ferro da Noroeste do Brasil, o patrimônio de Pouso Alegre tomava mais impulso.

Em 1907, com o crescimento do povoado Pouso Alegre, o Cel. Joaquim de Toledo Piza, interessado no Congresso do Estado, junto ao Dr. Plínio de Godoy, conseguiram na Lei Estadual nº. 1.105 de 2 de dezembro desse mesmo ano, que o povoado fosse elevado a Distrito de Paz alterando o nome para Pirajuhy, oriundo do Rio do Peixe Dourado, que serpeia bucolicamente nas proximidades da cidade. A instalação ocorreu apenas em 2 de abril do ano seguinte.

Com uma lavoura cafeeira já considerável e o desenvolvimento vertiginoso da sede do Distrito de Paz de Pirajuí, a maioria de seus habitantes, em reunião pública realizada no dia 10 de maio de 1914 deliberou nomear uma comissão para pleitear a criação do Município. Essa comissão, conforme ata lavrada e assinada pelos presentes, ficou constituída dos senhores: Dr. Cândido Junqueira de Andrade, Domingos dos Santos Abreu, Capitão João Antônio Loureiro, José Carlos de Oliveira Garcez, Major Manoel Nogueira de Sá, João de Souza Meireles Neto, Eliseu de Almeida Córdia e Eloy de Almeida Córdia. Essa comissão entregou a causa aos coronéis Joaquim de Toledo Piza e Antônio Carlos Ferraz Salles, se desincumbiram de fazer com que tal projeto se concretizasse. Na Câmara, o projeto foi defendido pelos Senhores Deputados Plínio de Godoy, João Sampaio e Gabriel Rocha. No Senado, por Virgílio Rodrigues Alves, Pádua Sales e Rubião Júnior.

Em 3 de dezembro de 1914, pela Lei Estadual nº 1.408 era criado o Município de Pirajuí, com território desmembrado de Bauru, e, concedido à Sede Municipal foro de cidade. O município foi solenemente instalado a 29 de março do ano seguinte.

Cinco anos após a criação do Município, Pirajuí via aparecer na Câmara Estadual, justificada pelo Deputado Luiz de Toledo Piza Sobrinho, um projeto de Lei criando a Comarca de Pirajuí. Projeto esse, que se transformou na Lei n 1.630 de 19 de dezembro de 1919. Em 11 de março de 1920 instalava-se a Comarca de Pirajuí.

De acordo com a Lei nº 2.456 de 30 de dezembro de 1953 posta em execução em 1º de janeiro de 1954 estabelecia-se a Divisão Territorial do Estado São Paulo, para o quinquênio 1954 - 1958, o Município conta com Distritos de Paz de Pirajuí, Corredeira, Pradínia e Santo Antônio da Estiva (PREFEITURA PIRAJUÍ, 2008).

5.1.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Pirajuí em 01/01/2007 era de 21.035 habitantes e densidade demográfica de 25,7 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	20.095
Urbana	16.267
Rural	3.828
Homens	10.714
Mulheres	9.381
Densidade Demográfica (hab./km ²)	24,52
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	16,67
Expectativa de vida (anos)	70,79
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,14

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 1 – Dados demográficos

5.1.5 Condições de Vida

Taxa de alfabetização	90,18 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,779 %
IDH-M Renda	0,709 %
IDH- M Longevidade	0,763 %
IDH-M Educação	0,866 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 2 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	2.556
Matrículas Ensino Médio	803
Docentes – Ensino Fundamental	170
Docentes – Ensino Médio	76

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 3 – Ensino 2006

5.1.6 Economia

Pirajuí se destaca na atividade pecuarista, que é bem expressiva, com grande criadores de raças como Guzerá, Brangus e Nelore, sendo que a primeira tem destaque em todo país com seus leilões.

A geração de empregos na cidade gira em torno de uma Usina de cana (álcool), localizada no Distrito do São Luiz do Guaricanga, pertencente ao Município de Presidente Alves, com a cidade de Pirajuí fornecendo a maioria de trabalhadores braçais e no setor administrativo. A outra geração de renda no município o destaque fica por conta das plantações de laranja, manga Ada (tipo exportação) e seringueira (PREFEITURA PIRAJUÍ, 2008).

Complementando o setor empregatício do município, as duas penitenciárias instaladas em Pirajuí, tornam-se mais um círculo de geração de rendas para inúmeras famílias residentes na cidade.

No setor Industrial, destacamos a presença da Etscheid Techno, conhecida fábrica multinacional, especializada na fabricação de ordenhadeiras e tanques de aço inoxidável para

grandes laticínios, além de possuir matéria-prima para instalação de resfriamento de leite inatura.

Destacamos ainda, a fabrica de bolas Penalty que aproveita a mão de obra de detentos das penitenciárias I e II que somados aos seus funcionários, possuem técnicas avançadas na fabricação de bolas de futebol de campo, futsal, voleibol e basquetebol.

Conhecidíssima no cenário comercial do Estado, a empresa Arlita, emprega também um número razoável de funcionários especializados na fabricação do Café Arlita e outros inúmeros produtos conhecidos na culinária brasileira.

Prestes a se instalar em Pirajuí em área cedida pela municipalidade, a empresa Sermag Imprementos Agrícolas, detentora na fabricação de transbordo (vagões para transporte de canas), onde estará sendo gerado mais empregos na cidade.



Figura 4 – Vista da Fábrica Etscheid Techno
Fonte: Pirajuí (2008)



Figura 5 – Vista da entrada da Fábrica de bolas Penalty
Fonte: Pirajuí (2008)

5.1.7 Aspectos Turísticos

5.1.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Pirajuí possui clima tropical Típico com inverno frio e seco e verão quente com chuvas esporádicas. A temperatura média oscila entre 25° e 28° C, sendo que nos meses quentes a temperatura fica próxima aos 35°C e nos meses mais frios em torno de 15°C (PREFEITURA PIRAJUÍ, 2008).

5.1.7.2 Recursos Culturais

Pirajuí hoje abriga pessoas que já receberam grande destaque em nossa cidade e região. Um ícone muito conhecido no Brasil, e que nasceu em Pirajuí em 18 de julho de 1929, é o cantor Tito Madi.

Seu pai e irmãos eram músicos e tocavam violão, alaúde e bandolim. Essa influência fez com que aos dez anos Tito já cantasse em festas da escola.

Sua fase de compositor começou no final da década de 40. Dedicava-se, também, a organizar shows e eventos. Em 1952 mudou-se para São Paulo, indo trabalhar em rádio e televisão, onde permaneceu até 1954, quando foi para o Rio de Janeiro.

No Rio continuou compondo e cantando em boates e rádios. Em 1957 teve, finalmente, seu trabalho reconhecido: “Chove lá fora” foi seu grande sucesso.

Tito Madi teve grande influência sobre a Bossa Nova com seus sambas-canções de harmonização moderna. Alguns de seus sucessos foram: “Cansei de Ilusões”, “Sonho e Saudade”, “Carinho e Amor”, “Não Diga Não”, “Balanço Zona Sul”.

E atualmente Tito Madi continua fazendo seus shows pelas cidades Brasileiras.

O cantor Pirajuiense recebe constante homenagens de seus fãs e amigos toda vez que visita sua cidade natal (TITO MADI, 2008).

Outro destaque musical nascida em Pirajuí, e que se destacou internacionalmente, foi a cantora Maria Helena Guimarães, que nos anos 80 teve seus grandes sucessos musicais executados nas emissoras AM e FM do Brasil.

Outro recurso cultural importante é um CEU - Centro de Educação Unificada na cidade, lá artistas plásticos tem espaço para divulgar seus trabalhos e está diariamente aberto para visitação.

As igrejas na cidade recebem destaque pela beleza e por ser monumentos antigos bem conservados, destacando-se a Igreja Matriz de São Sebastião, marco histórico da fundação do Município. Destacamos ainda, a Igreja Nossa Senhora Aparecida, que na sua parte interna possui quadros religiosos pintados pelo grande pintor Portinari e que atualmente foram recuperados pelo artista plástico Pirajuiense José Renato Bertoldi.

Com uma arquitetura muito bonita a igreja localizada na Fazenda Santa Maria- ex - Usina Miranda, é um local muito bonito para visitas e oração, devido à grandiosidade desse templo religioso que continua ativo, onde só vemos plantações de cana-de-açúcar.



Figura 6 – Foto do cantor Tito Madi recebendo uma homenagem na cidade de Pirajuí
Fonte: Pirajuí (SP)



Figura 7 – Vista da Igreja Nossa Senhora Aparecida
Fonte: Pirajuí (2008)



Figura 8 – Vista da Igreja Usina Miranda
Fonte: Pirajuí (2008)

5.1.7.3 Agenciamento

Em Fevereiro de 2008 aconteceu a abertura da 1ª Agência de viagens na cidade, a Iaramar Turismo, que oferece a venda de diversos pacotes turísticos, excursões e demais serviços para a cidade e região.

5.1.7.4 Meios de Hospedagem

O Município de Pirajuí possui atualmente excelentes hotéis, onde destacamos o Pirajuí Plaza Hotel, considerado um hotel 4 estrelas, seguido do Pirajuí Hotel e posteriormente o Hotel Luzitano que é o mais simples de todos.

5.1.7.4.1 Pirajuí Plaza Hotel

Por ser de fácil localização e fornecer ao hóspede uma ótima infra-estrutura, o mais indicado é o Pirajuí Plaza Hotel, que está localizado a 800 metros do trevo na entrada da cidade.



Figura 9 – Mapa com a localização para o acesso ao hotel pela Rodovia Marechal Rondon, trevo do Km 396

Fonte: Pirajuí Plaza Hotel (2008)

O Hotel oferece Diárias com café da manhã, sala de leitura, sala de convenções (com sala de apoio), sala de TV, salão de jogos, piscinas e dois amplos estacionamentos.

Na sede do Hotel estão disponíveis um grande espaço na recepção, 04 suítes e 45 apartamentos, que dispõem com serviços de ar condicionado, frigobar, telefone com discagem direta, despertador, som ambiente, TV com controle, acesso a internet, ducha com aquecimento solar e serviço de lavanderia.

O Hotel possui uma sala de convenções, com capacidade para 35 pessoas, com sala de apoio e diversas opções de montagem. É equipada com ar condicionado, Flipchart, TV com controle remoto, vídeo cassete, telefone e frigobar. Excelente espaço para um grupo de turistas de negócios, que necessita de um local para reuniões.

Há uma grande área aberta para o lazer com piscina, jardins, sala de leitura e sala de TV, espaço para o entretenimento ao hóspede. Dispõe de entrada com portão eletrônico e estacionamento interno. A área possui um terreno de 8500 m², totalmente ajardinado.

Os preços da Diária são a partir de R\$ 35,00, e com tarifas promocionais (PIRAJUÍ PLAZA HOTEL, 2008)



Figura 10 – Área de Lazer do Pirajuí Plaza Hotel
Fonte: Pirajuí Plaza Hotel (2008)

5.1.7.5 Alimentação

Pirajuí conta com variados lugares para se fazer uma boa alimentação. Os que recebem destaque na cidade por ser de fácil acesso e possuir uma boa comida são: O Restaurante Castelinho e Primu's Restaurante, ambos localizados no centro da cidade, oferecem aos clientes almoço e jantar, com um variado cardápio, além de entregas a domicílio. Para os que querem uma alimentação rápida, o point é o Suco 13 - que dispõe de diferentes sabores de sucos e salgados. Possui também um grande número de bares, trailers, lanchódromo e

sorveterias espalhadas na cidade, além de lojas de conveniências instaladas em Postos de Combustível.

5.1.7.6 Sistema Médico-Hospitalar

Pirajuí é dotada de uma unidade hospitalar que é a Santa Casa de Misericórdia, localizada no centro da cidade, com um quadro de excelentes médicos e enfermeiras, com sala de operação e quartos que atendem doentes da cidade e região, abrigando ainda uma moderna maternidade com inúmeros leitos.

A outra unidade médica da cidade é o centro de saúde II Dr. Jorge Meirelles da Rocha, que também faz o atendimento aos pacientes na área médica e odontológica. Possui ainda um departamento de vacinação, onde a população tem um controle geral em suas vacinas.

O município é referência estadual no atendimento de doentes mentais, através do Hospital Lar Irmã Dulce, que recebe pacientes de todo o Estado de São Paulo, através de triagem que é realizada toda semana nas dependências da Sede Cristo Rei.

Destaque ainda para o Lar Don Bosco, referência Estadual na recuperação de drogados e alcoólatras.

Um total de 8 farmácias espalhadas no centro da cidade e em pontos estratégicos de bairros, fazem o atendimento a população de Pirajuí e visitantes.

5.1.7.7 Acesso / Transporte

Pirajuí fica a aproximadamente 50 km da cidade de Bauru e 60 km da cidade de Lins, estando quase no centro do estado, distante 300 km da Capital. A rodovia que passa às margens da cidade é a Rodovia Marechal Rondon (SP300). A rodovia é de mão dupla, de boa qualidade e bem sinalizada, propiciando conforto e segurança aos motoristas, devido a terceirização da Rodovia que possui inúmeras praças de pedágios.

A cidade conta com uma rodoviária que necessita de reformas, e recebe passageiros das Empresas Reunidas Paulista de Transporte, RIL (Rodoviário Ibitinguense LTDA E Viação Luvasa). No momento de desembarque, o usuário tem a opção de se locomover através de táxi, moto táxi, e através de um circular que atende a cidade e diversos bairros.

5.1.7.8 Eventos

O Município de Pirajuí anualmente conta com muitos eventos sociais na cidade.

Em Fevereiro, a cidade recebe um grande número de turistas, provenientes da Capital Paulista e cidades da região, para participarem do melhor carnaval do Noroeste, com alegria de momo prevalecendo nos salões do Parque Clube de Pirajuí, restrito aos associados e com pagamentos de pacotes aos visitantes. Destaque ainda para o carnaval popular que é realizado no Ginásio de Esportes Satílio de Lima, além do carnaval de rua, com trio-elétrico. A comunidade Católica se reúne nos Salões da Igreja Nossa Senhora Aparecida e realiza o famoso Rebanhão que é o carnaval realizado com músicas Gospel, evento este que conta com a presença de padres e bispo da Paróquia de Pirajuí e região.

No dia 29 de março o município comemora seu aniversário. Esta data é marcada por eventos significantes, como desfiles, shows, exposições, corridas de rua, campeonatos de futebol e de som de carro, além de recreação o dia todo.

No mês de maio é comemorado o dia de Corpus Christi com uma grandiosa procissão, onde a rua é enfeitada com bonitos adornos e alimentos arrecadados junto à população e que são distribuídos logo após a procissão para as entidades assistenciais do município.

O mês de junho é marcado por Quermesses, Festa do Padroeiro Santo Antonio e Festejos Juninos.

No mês de outubro é realizada a FAEPIRA - Feira Agropecuária e Empresarial de Pirajuí, evento que se já se tornou tradicional na cidade e região, devido os excelentes shows musicais que são realizados nesta festa, além de uma grande praça de alimentação e contando ainda com um grande parque de diversão. A Feira reuni empresários, criadores de gados e ovinos, artesãos, orquidófilos, artistas plásticos e empreendedores de Pirajuí e região.

O Parque Clube de Pirajuí promove frequentemente jantares, bailes, coquetéis para associados e visitantes, reunindo um grande número de pessoas da sociedade.

Há também grupos e equipes de eventos que promovem festas semanalmente ou mensalmente para jovens da cidade e região.



Figura 11 – Vista geral da área de lazer do Parque Clube de Pirajuí, a foto registra o Baile do Caribe, festa já tradicional na cidade
Fonte: Pirajuí (2008)

5.1.7.9 Lazer e Entretenimento

Pirajuí possui alguns lugares onde os turistas podem desfrutar o seu tempo livre.

O Clube de Campo é uma ótima opção de lazer na cidade, é um atrativo conhecido por muitas pessoas, com o lugar sendo totalmente arborizado, com bela paisagem, é um espaço reservado para os sócios da entidade, mas para o turista que deseja desfrutar do local é disponível sua entrada, mas é necessário pagar uma pequena taxa diária. No local encontrar-se um belo lago, propenso a prática da pescaria, com variados tipos de peixes, há pequenos barcos, quiosques com churrasqueiras, quartos para descanso, uma área de alimentação com um restaurante, área para camping, área para a prática de esportes e uma pista para caminhadas e ciclismo.

Ainda no setor de lazer, a cidade conta com o Clube de Campo da AABB, situado as margens da Rodovia Marechal Rondon, possuindo toda infra-estrutura necessária, como: salões de festas, mini campo, piscinas, bosque e churrasceria.

A cidade de Pirajuí é conhecida na região por ter um movimento noturno grande durante os fins de semana no centro da cidade, recebendo um fluxo enorme de visitantes, onde destacamos a Rua Riachuelo, proximidades do Centro de Saúde local, onde se inicia o grande

movimento de pedestres e veículos em busca de lanchonetes, restaurantes, pizzaria e casa noturna.

Durante o dia a Padaria Santa Edwirges é o lugar mais procurado, por ser de fácil acesso, espaço amplo. Sua localização é defronte a praça principal. No ambiente interno do estabelecimento encontra-se exposição de produtos da época do café.



Figura 12 – Vista aérea Clube de Campo P.C.P.
Fonte: Parque Clube de Pirajuí (2008)

5.2 Caracterização do Objeto de Estudo – Arealva

5.2.1 Delimitação da Área

O Município de Arealva encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Itaju, Bariri, Pederneiras, Bauru, Boracéia, Iacanga e Reginópolis. Arealva também está localizada na Microrregião de Bauru (PREFEITURA AREALVA, 2008).



Figura 13 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Arealva (SP)

Fonte: Arealva (2008)

5.2.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 388 Km. Localizada a uma latitude 22°01'43" Sul e a uma longitude 48°54'40" Oeste, estando a uma altitude de 445 metros. O Município possui uma área territorial de 506,465 km² (PREFEITURA AREALVA, 2008).



Figura 14 – Vista aérea da cidade, onde ao fundo vê-se o Porto de areia do Rio Tietê, onde a travessia é realizada de balsa, interligando os Municípios de Arealva, Itajú e Bariri
Fonte: Arealva (2008)

5.2.3 Aspectos Históricos

O surgimento do Município de Arealva ocorreu em 1867, quando ainda se chamava Povoado de Soturna. O nome do povoado está relacionado à sua proximidade do trecho do rio Tietê, onde havia uma ilha chamada Soturna. Nessa época, o povoado pertencia ainda ao Município de Pederneiras, Comarca de Jaú.

Em 1870, a Família Prestes realizou uma doação de 10 alqueires de terras para o bispado de Botucatu, para se constituir como patrimônio, em 20 de Dezembro de 1911. Nesta data, foi criado o Distrito de Paz de Soturna.

Em 24 de Dezembro de 1924, o Distrito de Soturna passou a pertencer a Iacanga, quando ocorreu sua municipalização. Logo depois, em 1927, o Distrito de Soturna e o município de Iacanga passaram à jurisdição do Município de Pederneiras que acabara de se titular Comarca.

Em 24 de Dezembro de 1948, finalmente foi assinada a Lei n.º 233, que elevou o Distrito de Soturna à categoria de município com o nome de Arealva. Esse nome originou-se da existência de AREIA ALVA nas praias da ilha que deu o primeiro nome ao povoado.

Em 1 de Abril de 1949, tomou posse o primeiro Prefeito do Município Job Garcia de Almeida, juntamente com a Câmara Legislativa composta de 13 vereadores (PREFEITURA AREALVA, 2008).

5.2.4 Distrito de Jacuba

Conhecido pela fabricação de aguardentes (a popular pinga), dentro dos padrões artesanal, as mesmas são muito procuradas para exportação, devido o seu sabor inconfundível que agradam o paladar dos mais exigentes.

O Distrito pertence ao Município de Arealva, e possui todas as infra-estruturas necessárias para a geração de empregos que é na área da agricultura.



Figura 15 – Vista aérea do Distrito de Jacuba
Fonte: Distrito de Jacuba (2008)

5.2.5 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Arealva em 01/01/2007 era de 7.504 habitantes e densidade demográfica de 14,8 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	7.244
Urbana	5.245
Rural	1.999
Homens	3.725
Mulheres	3.519
Densidade Demográfica (hab./km ²)	14,30
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	12,35
Expectativa de vida (anos)	73,21
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,41

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 4 – Dados demográficos

5.2.6 Condições de vida

Taxa de alfabetização	90,45 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,790 %
IDH-M Renda	0,710 %
IDH- M Longevidade	0,804 %
IDH-M Educação	0,855 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 5 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	991
Matrículas Ensino Médio	280
Docentes – Ensino Fundamental	65
Docentes – Ensino Médio	22

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 6 – Ensino 2006

5.2.7 Economia

Arealva apresenta vários setores da economia, sendo eles o comercial, industrial, agricultura e a pecuária.

Existem aproximadamente 700 propriedades rurais no Município de Arealva, com destaque à produção de milho, arroz, mamona, cana-de-açúcar, café, laranja, alho, feijão, soja, grãos e hortifrutigranjeiros em geral.

A área do município é ocupada, predominantemente, por pastagens, ocupando de 65% a 70% destas.

O plantel bovino é de aproximadamente de 30 mil cabeças de gado, com 90% predominante de nelores. Há gado de origem européia na região, com os quais são feitos cruzamentos industriais de excelente qualidade. Uma empresa leiloeira no município dá vida ao setor, onde gira a maior parte do gado disponível em leilões semanais.

Conta também com 60.000 cabeças de frango abrigadas em granjas.

Arealva, por sua posição altamente estratégica, com acesso por todos os meios, tem uma grande vocação industrial, bastando apenas esta constatação por parte de empresários do setor.

A cidade está à beira do Rio Tietê, sendo que em breve terá seu Porto Intermodal.

Também deve ser considerada a proximidade do Aeroporto Internacional, em fase final de construção. Equivale dizer que: o transporte aéreo poderá ser complementado pelo transporte hidroviário e térreo, já que as estradas que dão acesso à cidade são da melhor qualidade, com proximidade às Rodovias Marechal Rondon, Washington Luiz, Castelo Branco e outras.

Os segmentos industriais instalados em Arealva são: Bordados Confecções, Bebidas, Abatedouro de Aves, Indústria de móveis e de implementos agrícolas.

Há mão de obra qualificada em Arealva e predisposição de treinamento para esta mão de obra, visando gerar empregos e fornecê-la a quem investir e acreditar na cidade.

Há 120 casas comerciais instaladas em Arealva, com um mix variado e suficiente para atender à população da região, em suas necessidades básicas (PREFEITURA DE AREALVA, 2008).

5.2.8 Aspectos Turísticos

5.2.8.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Arealva apresenta clima Tropical de altitude, possui temperaturas médias entre 15°C e 22°C e amplitude térmica anual entre 7° C e 9° C. As chuvas de verão são bem intensas (PREFEITURA AREALVA, 2008).

5.2.8.2 Recursos Culturais

Muitas são as atividades culturais desenvolvidas em Arealva, envolvendo a população de todas as idades.

Há opções para todos, que encontram, a partir das oficinas culturais (promovidas pela Secretaria do Estado), Biblioteca Municipal, Casa da Cultura, curso de Ballet e outras.

5.2.8.3 Meios de Hospedagem

O setor de hospedagem município fica restrito ao Hotel Santa Catarina, de instalações antigas e gerenciada sem nenhuma estrutura operacional, com o mesmo tendo a única função de hospedar, não oferecendo demais serviços de hotelaria, o que vem torna-lo um hotel-pensão, não contando com nenhum funcionário, restaurante e recepção. Os seus serviços se restringem somente a estadia, banho, café da manhã. O Hotel-Pensão Santa Catarina está localizado na rua Artur Roton no centro da cidade.

Convém ressaltar, que ao lado da prainha de Arealva, existem diversas pousadas e casas de veraneio, que poderão ser alugadas aos visitantes durante os meses de eventos que ocorrem naquele local.

5.2.8.4 Alimentação

Com uma vasta rede de alimentação, a população de Arealva, visitantes e turistas contam com diversas opções de restaurantes, lanchonetes, padarias, bares, mercearias e sorveterias.

5.2.8.5 Sistema Médico-Hospitalar

A Santa Casa de Misericórdia de Arealva está muito bem aparelhada e estruturada para atender a população da região em quase todas as especialidades, inclusive cirúrgicas.

A Santa Casa passa por total reforma e adequação às necessidades da população com equipamentos modernos e sofisticados. Ambulâncias ficam disponíveis para o transporte de doentes, de suas residências ao hospital e até mesmo a outros centros com mais recursos, como é o caso do Hospital Regional de Bauru, criado para a finalidade de atendimento regional.

A rede farmacêutica está situada em ponto central da cidade.

5.2.8.6 Acesso/Transporte

Na divisa dos Municípios de Arealva e Bauru, encontra-se recém-inaugurado o moderno aeroporto Moussa Nakhil Tobias, considerado de porte internacional, com pistas de aterrissage de grande porte. Na sua estrutura de atendimento aos usuários, o aeroporto conta com serviços de alimentação, ponto de táxi e locadora de veículos.

Os usuários contam com serviços de uma empresa de transporte aéreo ligando Bauru à Capital Paulista e outras cidades do Estado de São Paulo.

Inaugurada a aproximadamente há quatro anos, o Terminal Rodoviário de Arealva, recebe empresas de ônibus intermunicipais como a RIL (Rodoviário Ibitinguense Ltda.), que faz o percurso entre as cidades de Bauru, Iacanga, Ibitinga e Ribeirão Preto.



Figura 16 – Vista aérea do Aeroporto Estadual Moussa Nakhl Tobias
Fonte: Arealva (2008)

5.2.8.7 Eventos

Durante as comemorações do aniversário do município, acontece o festival Intermunicipal da Canção Sertaneja, que é realizado no Ginásio de Esportes Francisco Álvares Roberto.

É realizado também na cidade a Festa Peão Boiadeiro que se trata de uma das melhores do gênero em toda a região. Há no município tropas e peões bem classificados que disputam rodeios por todo o País e até exterior.



Figura 17 – Vista da Arena do 2º Arealva Rodeio Show
Fonte: Arealva (2008)



Figura 18 – Ginásio de Esportes Chicão durante a realização do 3º Festival Intermunicipal da
Canção Sertaneja de Arealva (SP)
Fonte: Arealva (2008)

5.2.8.8 Lazer / Entretenimento

Arealva tem grande vocação turística, pelos seus recursos naturais, por estar às margens do Rio Tietê, com sua prainha totalmente reformada e com intensa programação à população regional.

A cidade conta ainda com um restaurante e pesqueiro localizado na entrada da cidade, onde o visitante poderá saborear uma deliciosa comida caseira e se servir do próprio peixe pescado no pesqueiro.

A Praça da Matriz é um local de encontro familiar nas tardes e noites na cidade.

Na parte de entretenimento o Arealva Clube disponibiliza aos associados e visitantes a utilização de piscinas, sauna e campo de futebol.

Para os adultos que curtem uma boa balada, a dica vai para as danceterias Cinebar e a Chácara Du Tadeu que realizam constantemente festas para a população Arealvense e visitantes da região, com a apresentação de consagradas duplas sertanejas e cantores da MPB.



Figura 19 – Vista aérea da Prainha de Arealva
Fonte: Arealva (2008)



Figura 20 – Prainha de Arealva com toda infra-estrutura necessária aos visitantes e a população em geral, dotada de mini campo, vôlei de areia, quiosques e pousadas
Fonte: Arealva (2008)

5.3 Caracterização do Objeto de Estudo – Avaí

5.3.1 Delimitação da Área

O Município de Avaí está localizada na região central do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Bauru, Duartina, Gália, Presidente Alves e Reginópolis.

Está também localizada na Microrregião de Bauru (PREFEITURA AVAÍ, 2008).



Figura 21 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Avaí (SP)
Fonte: Avaí (2008)

5.3.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 325 Km. Localiza-se a uma latitude 22.000 graus e uma longitude 49.000 graus, estando a uma altitude de 481 metros.

O município possui uma área territorial de 542,157 km².

A uma distância de 15 km do município, encontra-se quatro aldeias indígenas (Kopenoti, Nimuendaju, Ekeruá e Tereguá), numa área de 1.060 alqueires. Acesso vicinal Avaí / Duartina (PREFEITURA AVAÍ, 2008).



Figura 22 – Vista aérea da cidade de Avaí (SP)
Fonte: Avaí (2008)

5.3.3 Aspectos Históricos

O surgimento da povoação se deu com a chegada da ferrovia Noroeste, logo após a passagem dos engenheiros que constituíam a Comissão de Estudos dos 100 primeiros quilômetros, realizado a partir de janeiro de 1905 e chefiada pelo engenheiro, João Feleciano da Costa Ferreira, após haver transposto o rio Batalha e atingido a encosta entre os rios Batalha e Jacutinga.

Foi ali, nesse local, que se colocaria a placa quilométrica 48, a partir de Bauru, seu ponto inicial, para se construir junto a essa mesma placa a estação que viria a ter o nome Jacutinga. Com as terras no local onde se edificaria a estação pertenciam à fazenda Jacutinga, de propriedade do major Gasparino de Quadros e sua mulher, o administrador ou capataz João Baptista Dias, mais conhecido como "João Guari", sugeriu ao proprietário das terras que fizesse a doação de uma área para a formação de um povoado junto à estação.

No dia 2 de dezembro de 1919, depois de incessante trabalho realizado pelo Coronel Juvencio Silva e Domingos Zulian, junto à Câmara Estadual, Altino Arantes, presidente do

Estado promulgou a Lei 1.672, criando o município e em lugar do nome de Jacutinga foi atribuído o nome de Avaí (PREFEITURA AVAÍ, 2008).

5.3.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada da cidade de Avaí em 01/01/2007 era de 4.877 habitantes e densidade demográfica de 8,8 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	4.596
Urbana	3.196
Rural	1.400
Homens	2.392
Mulheres	2.204
Densidade Demográfica (hab./km ²)	8,48
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	19,57
Expectativa de vida (anos)	69,36
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,64

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 7 – Dados demográficos

5.3.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	87,80 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,748 %
IDH-M Renda	0,669 %
IDH- M Longevidade	0,739 %
IDH-M Educação	0,836 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 8 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	2.556
Matrículas Ensino Médio	803
Docentes – Ensino Fundamental	170
Docentes – Ensino Médio	76

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 9 – Ensino 2006

5.3.6 Economia

Avaí apresenta vários setores da economia, devido à extensão territorial extensa, a agricultura vem se transformando na principal atividade de desenvolvimento do município, destacando as produções de abacaxi, laranja, lichia, melancia, pimentões, seringueiras, cana-de-açúcar, pinus e eucaliptos. Já no setor pecuarista do município, as modernas fazendas recebem destaque por estar aliada à tecnologia e treinamento na capacitação dos profissionais para atender exigências do mercado internacional, os pecuaristas estão adotando o método de rastreamento de carne destinada à exportação

O método já usado em países europeus consiste em um chip, que permite ao consumidor conhecer a origem do gado.

No setor industrial, destacam-se três grandes e bem estruturadas indústrias que estão instaladas em Avaí, que são: Cortume de Avaí, Metalúrgica Havakorte e Serraria Ozana.

O artesanato na região é diferenciado por ser uma arte indígena. São trabalhos manuais feitos com penas e plumas de pássaros, e trabalhos artísticos em madeira e cerâmica feito pelos índios (PREFEITURA AVAÍ, 2008).

5.3.7 Aspectos Turísticos

5.3.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Avaí apresenta clima Tropical típico, possui temperatura que varia regularmente ao longo do ano, a média do mês mais frio do ano é de 18°C (PREFEITURA AVAÍ, 2008).

5.3.7.2 Recursos Culturais

Avai abriga em seu município um importante recurso cultural, que é A Aldeia Araribá, que vem a ser a última reserva indígena de toda região. É povoada por índios Terena e Guarani, que somam aproximadamente em 600 índios, que ainda cultivam seus costumes, porém com certa influência do mundo moderno.

Relatos históricos informam que os Terena, no período pré-colonial, chegaram a atingir nível de produção que os distinguiu dos demais grupos nativos, dada à excepcionalidade de seus cultivos agrícolas, artesanato e tecelagem. Com a expansão da colonização viram-se privados de sua infra-estrutura econômica, perderam autonomia enquanto grupo, passando a formar configuração social dependente dos interesses da sociedade nacional. Nas circunstâncias atuais, o exercício das relações comerciais e das práticas de subsistência representam as alternativas viáveis aos Terena enquanto grupo, desde que mantida a posse comunitária da terra. Isso permite assegurar a unidade étnica ao lado de alguns elementos culturais, tradicionais, dentro das unidades familiares.

O atual Prefeito Municipal acha que é interessante que os índios sejam preservados com seus hábitos originais, que sejam mantidas suas famílias, sua história resgatada e acima de tudo sua qualidade de vida.

A Aldeia Araribá está se tornando uma atração turística, eles sobrevivem com vendas de seu artesanato, com a demonstração de danças, rituais e outras demonstrações que remetam os turistas às suas origens. (PREFEITURA AVAÍ, 2008)

No mês de abril é comemorado o dia do índio, e a Aldeia faz anualmente nesta data uma expressiva festa comemorativa, com banquetes gastronômicos típicos e danças, grande número de turistas vão ao local, ver esta bonita festa.

Para o turista que se interessa em história, a visita adequada é para o Museu Municipal “Francisco Pitta”, que conta com um grande acervo histórico com fotos, textos, dados que marcaram a história da formação do município e da região.



Figura 23 – Índios da tribo Terena de Avaí (SP) em uma de suas apresentações
Fonte: Avaí (SP)

5.3.7.3 Meios de Hospedagem

Localizado no centro da cidade, defronte a Praça Principal, encontra-se o Hotel e Restaurante Avaí, que atende aqueles que procuram um atendimento simplificado na área hoteleira.

5.3.7.4 Alimentação

O Município de Avaí conta com um comércio adequado para as necessidades dos moradores da cidade e visitantes. No centro da cidade encontra-se um grande número de bares, exatamente 20, 3 supermercados e 2 padarias.

5.3.7.5 Sistema Médico-Hospitalar

Inaugurada recentemente a Unidade Mista de Saúde, com atendimento 24horas, com médicos plantonistas, fazem a vigilância na área da saúde da população Avaiense, sendo que os casos graves são encaminhados para o Hospital de Base de Bauru.

No atendimento médico, o município possui 2 farmácias, com grandes estoques de remédios que fazem o atendimento a comunidade.

5.3.7.6 Acesso/Transporte

Avaí é servida por rodovias duplicadas e de excelente qualidade, que lhe dão acesso a todas as principais cidades do estado, assim como, a estados vizinhos. Está a 325 km da cidade de São Paulo. A topografia do Município de Avaí é plana (tipo planalto), com suaves ondulações.

A cidade conta com uma rodoviária que comporta a chegada de ônibus da Empresa Reunidas - Ônibus Circular Avaí/Bauru.

5.3.7.7 Eventos

Na Praça Major Gasparino de Quadros, durante o mês de março acontece o encontro das culturas indígenas, com o objetivo de fortalecer a identidade do povo Guarani, com apresentações de dança da chuva pelos índios Terena e dança do bate pau, realizados pelos indígenas da Reserva de Araribá.



Figura 24 – Apresentação dos índios da Aldeia Araribá
Fonte: Avaí (2008)

5.3.7.8 Lazer e Entretenimento

O Município de Avaí possui um turismo adequado ao porte da cidade, com aproveitamento dos recursos naturais (vários rios cortam a região), eles são muito explorados sob o ponto de vista turístico, há inúmeros ranchos às suas margens, inúmeras famílias e grupos de amigos se instalam no local na busca de diversão como: natação, pescas e confraternização. É uma ótima opção para o turista que prefere a calma e beleza natural.

Na área de esportes e lazer, a Prefeitura da cidade disponibiliza à população e para o visitante gratuitamente o espaço Centro de Lazer Jânio Joaquim Alves Mattoso, lá encontra-se profissionais na área de recreação e esportes que são contratados para auxiliar e dar qualquer tipo de apoio ao visitante. O local é amplo, com piscinas, campo de futebol, pista de skate, quadra polivalente e quadras de vôlei de areia. Por ser uma cidade que tem um grande número de esportistas, equipes praticam frequentemente jogos na Associação Atlética Avaíense e no Ginásio de Esportes da municipalidade (PREFEITURA AVAÍ, 2008).

Convém ressaltar que no começo do ano sempre acontece à descida de barco e bote, saindo de Avaí pelo Rio Batalha e terminando na Ranchonete Sucuri- Rio Tiete, onde os participantes realizam trabalhos de conscientização dos Governantes e da população da região acerca da importância da preservação do Rio Batalha para a nossa e para as gerações futuras, recolhendo lixo nas margens do rio, e ainda tendo uma posição no desassoreamento das margens, com o plantio de novas árvores.

No centro da cidade encontra-se perfeita sinalização aos visitantes, limpeza e boa estrutura, a Igreja Matriz da cidade é uma ótima opção para visitação.



Figura 25 – Vista da Igreja Matriz de Avaí (SP)
Fonte: Avaí (2008)



Figura 26 – Vista da piscina que fica no espaço Centro de Lazer Jânio Joaquim Alves Mattoso
Fonte: Avaí (2008)



Figura 27 – Vista da pista de skate que fica no espaço Centro de Lazer Jânio Joaquim Alves
Mattoso
Fonte: Avaí (2008)



Figura 28 – Vista dos barcos e botes na descida do Rio Batalha
Fonte: Avaí (2008)

5.4 Caracterização do Objeto de Estudo – Balbinos

5.4.1 Delimitação da Área

O Município de Balbinos encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades Pirajuí e Uru. O município também está localizado na microrregião de Bauru (PREFEITURA BALBINOS, 2008).



Figura 29 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Balbinos (SP)

Fonte: Balbinos (2008)

5.4.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 420 Km. Localizada a uma latitude 21°53'59" Sul e a uma longitude 49°21'24" Oeste, estando a uma altitude de 460 metros. O município possui uma área territorial de 90,9 km² (PREFEITURA BALBINOS, 2008).



Figura 30 – Vista aérea da cidade de Balbinos (SP)
Fonte: Balbinos (2008)

5.4.3 Aspectos Históricos

No começo do século, uma família com sobrenome de Balbino instalou-se na região noroeste do Estado de São Paulo, atraída por suas terras férteis e florestas com alto potencial para serem exploradas. Em 1926 foi criado o patrimônio que em louvor ao santo junino dava a denominação primitiva de “São João do Balbino”. Com a derrubada das matas e o plantio de cafezais e de cereais para subsistência, foram criadas condições necessárias para que muitas outras famílias ali se instalassem. Poucos anos se passaram e já em 1935, foi criado, pelo decreto-lei 6.913, de 21/01/35, o Distrito de “Paz do Balbino”, passando-se a denominar-se Distrito de “São João do Balbino” pertencente ao Município de Pirajuí.

O desenvolvimento da agricultura ajudou o Município de Pirajuí a destacar-se como o maior produtor de café no cenário mundial, o distrito São João do Balbino, na década de quarenta, chegou a ter uma população de mais de dez mil habitantes, toda dedicada ao café, cultura que ocupava 80% das áreas agricultáveis. Sua riqueza foi aumentando de maneira significativa e depois de um trabalho político foi então criado em 30/12/53 e instalado a

01/01/54, o Município de Balbinos, com data festiva de instalação o dia 24 de junho, em louvor a São João Batista, seu padroeiro.

O município na década de sua emancipação tinha uma população de quase cinco mil habitantes, sendo a grande maioria ainda instaladas no meio rural, mais de 90%, servindo de mão de obra para um parque cafeeiro de mais de três milhões de covas, ocupando uma área de aproximadamente de 2.000 ha dos 9.110 ha pertencentes ao município. A crise do setor cafeeiro e a falta de uma política agrícola em todos os níveis do poder gerou um êxodo muito grande do setor rural nas décadas de 40 e 50, empobrecendo a agricultura e as cidades da região; e Balbinos com mais de 90% de sua população na zona rural e com toda sua renda proveniente deste setor, chegou no início da década de 80 com 1.172 habitantes e uma agricultura descapitalizada e sucateada, apesar de ainda responder por aproximadamente 60% da arrecadação do município.

As áreas de culturas anuais foram aumentando e deixando no seu rastro áreas de pastagens, que ocupa hoje 84,4% das áreas agricultáveis do município. As lavouras de café chegaram ao mínimo de 70 ha com 80.000 covas no fim da última crise do café, em 1994, quando havia uma população rural de 257 pessoas, das 1338 do total do município.

A partir de 1996 o café ressurgiu no município e quatro anos depois, passou a responder por mais da metade da renda de 41% dos proprietários do município instalados em pequenas e médias propriedades, utilizando, na maioria das vezes, mão de obra familiar, com boa tecnologia (PREFEITURA BALBINOS, 2008).

5.4.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada da cidade de Balbinos em 01/01/2007 era de 3.619 habitantes e densidade demográfica de 15,2 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	1.313
Urbana	1.062
Rural	251
Homens	676
Mulheres	637
Densidade Demográfica (hab./km ²)	14,44
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	16,67
Expectativa de vida (anos)	70,79
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,31

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 10 – Dados demográficos

5.4.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	89,07 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,761 %
IDH-M Renda	0,666 %
IDH- M Longevidade	0,763 %
IDH-M Educação	0,854 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 11 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	190
Matrículas Ensino Médio	52
Docentes – Ensino Fundamental	16
Docentes – Ensino Médio	10

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 12 – Ensino 2006

5.4.6 Economia

Balbinos apresenta vários setores de economia, sendo eles o industrial, comercial, agricultura e pecuária (corte e leite).

O milho é a cultura anual mais praticada, em média representa 100 ha. por ano, cerca de 1,1% das áreas agricultáveis do município, no entanto a área destinada a esta cultura diminuiu consideravelmente nos últimos anos. As culturas da soja, sorgo e amendoim começaram a ser introduzidas no município nos anos de 2000 e 2001, mas pelo baixo rendimento não tiveram sucesso, já as culturas de arroz e feijão são cultivadas em áreas cada vez menores, com a produção destinada ao consumo próprio.

A fruticultura, representada pela manga e o limão, e a olericultura, representada pela abóbora, aparecem como alternativa econômica principalmente para as pequenas e médias propriedades. Já a laranja vem sendo expandida sua área ocupada, exclusivamente por grandes produtores.

A pecuária é, atualmente, a principal atividade econômica do município, pelo tamanho da área que ocupa e por estar presente em 100% das propriedades do município, mas possui um rendimento bem inferior ao que seria ideal.

Grande parte da população trabalha na lavoura como diarista ou por safra, ocupando cargos de volante rural, arrendatários ou por conta própria, sendo assim, constatamos que 50% da população trabalha em serviços fixo.

O município conta ainda com a instalação da Indústria Naturale, que faz o processamento e embalagem de frutas e sucos, além da exportação de verduras e legumes.

A renda familiar gira em torno de 01 a 03 salários mínimos (PREFEITURA BALBINOS, 2008).

5.4.7 Aspectos Turísticos

5.4.7.1 Condições naturais – Clima

O Município de Balbinos apresenta clima Subtropical, possui temperatura que varia regularmente ao longo do ano, com temperaturas médias anuais nunca superiores a 20 °C e em que a temperatura mínima do mês mais frio nunca é menor que 0 °C.

5.4.7.2 Meios de Hospedagem

Com a implantação das penitenciárias I e II no município, deu-se o início da implantação de pousadas e pensões, visando o atendimento de familiares dos detentos daquelas unidades prisional.

O comércio da cidade também teve o seu movimento ampliado, como também, as residências procuradas para aluguel, tiveram os preços estipulados e comparados como de cidades de maior porte da região, como exemplo a vizinha cidade de Pirajuí.

5.4.7.3 Alimentação

O Município de Balbinos pelo seu pequeno porte, possui um comércio muito competitivo constituído de 1 supermercado com panificadora e açougue, um armazém de secos e molhados, bares e lanchonetes, além de alguns trailers espalhados na Praça da Matriz.

5.4.7.4 Sistema Médico-hospitalar

A população conta com atendimento de uma mini-unidade hospitalar de primeiros socorros, possuindo médicos e enfermeiras para casos que não sejam graves.

Possui ainda atendimento padronizado de uma farmácia com farmacêutico responsável.

5.4.7.5 Acesso/ Transporte

É servida por excelentes rodovias, de quem se desloca da capital Paulista, pela Castelo Branco ligando com a Rodovia Marechal Rondon até o Município de Pirajuí e posteriormente interligando até a cidade de Balbinos pela vicinal, que desemboca na cidade de Iacanga, passando por Reginópolis.

Os usuários que utilizam o transporte da viação Ril (Rodoviário Ibitinguense LTDA) desembarcam em um moderno Terminal Rodoviário no centro da cidade, de onde se tem uma bonita visão da estátua do Cristo Redentor.

5.4.7.6 Eventos

O Município de Balbinos se tornou conhecido de muitas cidades do Estado, em razão da Quermesse Tradicional, que é realizada todo ano nos meses de junho e julho em comemoração ao padroeiro do Município.

Referida quermesse é realizada ao ar livre, ou seja, é coberto de sapé uma quadra da rua principal onde são servidos os alimentos (churrasco, batata frita, leitoa assada, frango

assado e bebidas) e no calçadão é montado um grande palco onde são realizados shows todos os finais de semana com bons artistas. Assim sendo reúne em média de 3 a 4 mil pessoas todos os finais de semana que são cinco ao todo.

Nas festas religiosas que acontecem no município são feito Quermesses em louvor ao Padroeiro São João Batista (Padroeiro da cidade), trata-se de um evento tradicional na região, atraindo milhares de pessoas que prestigiam a festa. Quermesses que são realizadas todo ano nos meses de junho e julho.

Na data comemorativa do aniversário do município, são apresentados ao público desfiles cívico e militar, além de apresentações de bandas marciais.

Nos mês de março a CIA de Rodeio Caçula da Noroeste organiza Festa de Peão Boiadeiro na cidade. Peões de todo o Brasil comparecem nessa bonita festa, demonstrando suas habilidades para o público presente na festa.



Figura 31 – Vista da Praça onde é realizada a Tradicional Quermesse de Balbinos (SP)
Fonte: Balbinos (2008)

5.4.7.7 Lazer e Entretenimento

O Município de Balbinos possui alguns lugares onde o turista pode desfrutar seu tempo livre. A cidade conta com um Centro Poliesportivo Luiz Luizão, com piscinas, sauna, campo de futebol e campo de bocha. Há ainda no município um pesqueiro muito conhecido

na região denominado Vovô Arcório, ótima opção para quem gosta de uma boa pescaria com amigos.

O lazer continua ainda nas tardes de domingo, com a realização de encontros regionais de clubes da 3ª Idade. Constitui-se ainda monumento da cidade, a Praça da Matriz, muito bem arborizada, com sanitários, de onde tem uma bonita visão da pequena e aconchegante Igreja Matriz de São João Batista, Padroeiro da cidade.

5.5 Caracterização do Objeto de Estudo – Guarantã

5.5.1 Delimitação da Área

O Município de Guarantã encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades - ao norte: Cafelândia; ao sul: Pirajuí; a leste: Pongá e a oeste: Júlio Mesquita e Álvaro de Carvalho (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).



Figura 32 – Mapa de Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Guarantã (SP)

Fonte: Guarantã (2008)

5.5.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 425 Km, Lins: 33 Km, Bauru: 76 Km e Marília: 56 Km. Localizada a uma latitude 21° 52' 15" Sul e uma longitude GR. 49° 35' 05" W, Guarantã possui uma altitude de 492 metros.

A área territorial do município é de 471 Km (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).



Figura 33 – Foto aérea da cidade de Guarantã (SP)
Fonte: Guarantã (2008)

5.5.3 Aspectos Históricos

Durante o ano de 1921 a Companhia Telefônica Brasileira, necessitando de postes para as suas linhas, adquiriu a mata onde hoje se encontra a cidade de Guarantã, conseguindo da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil a permissão para a construção de um desvio para o embarque dos postes. Grande parte das linhas telefônicas entre São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais foram construídas com estes postes, cuja madeira era o "guarantã".

Do mencionado desvio para embarque de postes nasceu Guarantã, que foi fundada em 1921 por Altino Cardoso, já falecido. Outros cooperadores na fundação da cidade e nas plantações de grandes cafezais foram os senhores: Francisco Martins, José Siqueira, Morotomi Maquizo, Batista Zacarin, Guerino Picheli, e Ricieri Ricci, e na parte do comércio os senhores: José Assunção Meier, Antônio Guzela e José Bértoli. A origem do nome foi

devido a grande quantidade da madeira guarantã existente na região. A escolha do nome de Guarantã foi feita pela própria direção da Noroeste ao construir ali, uma primeira estação.

O progresso da povoação surgida em plena mata virgem foi tão acentuado, que o então deputado estadual Bento de Abreu Sampaio Vidal em 1924 apresentou na Câmara dos Deputados, o projeto de Lei nº 50, por força do qual foi baixada a Lei nº 2025, pelo Presidente do Estado Dr. Carlos Campos, criando o distrito de paz de Guarantã, cuja instalação se deu no dia 11 de maio de 1925.

O município foi criado pelo Decreto-lei nº 14334, de 30 de Novembro de 1945. Composto-se de um distrito: Guarantã (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).

5.5.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada da cidade de Guarantã em 01/01/2007 era de 6.410 habitantes e densidade demográfica de 14,9 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	6.323
Urbana	4.848
Rural	1.475
Homens	3.218
Mulheres	3.105
Densidade Demográfica (hab./km ²)	13,69
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	25,44
Expectativa de vida (anos)	66,78
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	3,15

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 13 – Dados demográficos

5.5.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	85,76%
Índice de Desenvolvimento Humano	0,727 %
IDH-M Renda	0,665%
IDH- M Longevidade	0,696 %
IDH-M Educação	0,819 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 14 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	1.025
Matrículas Ensino Médio	247
Docentes – Ensino Fundamental	53
Docentes – Ensino Médio	17

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 15 – Ensino 2006

5.5.6 Economia

A atividade fundamental da economia no município é a agricultura, que tem em destaque 12.680.000 cafeeiros e as lavouras do algodão, amendoim, arroz, feijão e milho.

O arroz, o feijão e o milho são consumidos no próprio município; o algodão e o amendoim são vendidos em Bauru e o café é exportado para Santos e daí reexportado para os países consumidores.

A pecuária é pouco desenvolvida, porém tem significado econômico para o município, sendo que o gado em sua maioria é para corte. Em 1954 foram abatidos 308 bois, 156 vacas, 138 porcos e 3 vitelos, e o rebanho existente era de 12.000 bovinos, 12.000 suínos, 7.000 eqüinos, 3.000 muares e 1.200 caprinos.

A exportação de gado é muito pequena, sendo São Paulo o principal comprador.

A indústria é pouco desenvolvida, havendo 2 serrarias, 2 máquinas de beneficiar arroz e 2 olarias (fabricação de tijolos, porém em pequena escala), além de 28 máquinas de beneficiar café das propriedades agrícolas, que somente trabalham 2 meses por ano, isto é, só nas safras.

Há somente um estabelecimento industrial com mais de 5 pessoas. Estão empregados nos vários ramos industriais 12 operários.

As principais riquezas do município são: madeira e argila. A área de matas naturais em 1956, era de 8.178 hectares, a área de capoeiras naturais era de 3.932 hectares e a área de matas formadas (eucalipto) era de 145 hectares (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).

5.5.7 Aspectos Turísticos

5.5.7.1 Condições Naturais - Clima

O Município de Guarantã apresenta clima tropical de altitude com inverno frio e seco e verão quente com chuvas esporádicas. A temperatura média oscila entre 25° e 28° C, sendo que nos meses quentes a temperatura fica próxima aos 35°C e nos meses mais frios em torno de 15°C. O total anual de chuvas é da ordem de 1100 a 1300 mm. O relevo é pouco acidentado ao sul do município e levemente ondulado ao norte (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).

5.5.7.2 Recursos Culturais

O recurso cultural relevante no município em aspecto religioso é uma Capela.

Desde o desbravamento do sertão da Noroeste foi a igreja acompanhando a exploração rápida desta zona fértil e quando se aglomeraram algumas casas o povo recebeu assistência religiosa da paróquia de Cafelândia. No início eram apenas visitas, que se concentravam ao pé de um cruzeiro, que foi bento no fim do mês de maio de 1921. Ao pé desse cruzeiro era celebrada a missa. No decorrer do ano de 1925 foi iniciada a construção da primeira capela tendo como padroeira Santa Terezinha do Menino Jesus. A paróquia foi criada a 19 de abril de 1936, sendo o Padre Hermano Kuliner seu primeiro vigário (PREFEITURA GUARANTÃ).

5.5.7.3 Meios de Hospedagem

O Município de Guarantã possui apenas uma Pensão na cidade, é de fácil acesso, e oferece aos hóspedes uma hospedagem com recursos básicos.

5.5.7.4 Alimentação

Instalado nas proximidades da Rodovia Marília a Ribeirão Preto, que passa por Guarantã, o Posto Monte Belo é o responsável pelo atendimento com diversos pratos da culinária. A cidade possui ainda restaurantes no atendimento das famílias residentes em Guarantã e visitantes, que servem uma deliciosa comida caseira.

5.5.7.5 Sistema Médico-Hospitalar

Um Hospital com poucos recursos fazem o atendimento à população. Os casos mais graves são encaminhados através de ambulância da municipalidade para a vizinha cidade de Cafelândia ou Lins, que são dotadas de maiores recursos na área médico-hospitalar.

5.5.7.6 Acesso/Transporte

No Município de Guarantã percorre numa extensão de 15 quilômetros a Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, tendo duas estações de estrada de ferro.

Há as seguintes estradas de rodagem municipais, com as respectivas quilometragens dentro do município: Júlio Mesquita e Guarantã 25 Km; Álvaro de Carvalho a Guarantã 25 Km; Pirajuí a Guarantã 16Km; Cafelândia a Guarantã 6 Km; Pongaí a Guarantã 17 Km. A estrada estadual de Bauru a Araçatuba percorre 12 Km no município.

Guarantã liga-se as cidades vizinhas pelos seguintes meios de transporte: Pirajuí rodoviário 18 Km ou ferroviário 54 Km, Garça rodoviário via Corredeira 46 Km, Cafelândia rodoviário 13 Km ou ferroviário 15 Km.

O Município possui um campo de pouso com 600 metros de comprimento para pequenos aviões (PREFEITURA GUARANTÃ, 2008).



Figura 34 – Vista do Terminal Rodoviário de Guarantã (SP)
Fonte: Guarantã (2008)



Figura 35 – Vista da Estação de Guarantã em 2004
Fonte: Paulo César de Carvalho Dias (2008)

5.5.7.7 Eventos

No Município de Guarantã os festejos mais conhecidos são as festas juninas, são muito comemoradas na zona rural. Na cidade são festejados os dias de Santa Terezinha, Padroeira da Paróquia e de Nossa Senhora Aparecida (8 de setembro). As efemérides mais comemoradas são: 7 de setembro e 15 de novembro.



Figura 36 – Vista da Paróquia da cidade de Guarantã (SP)
Fonte: Guarantã (2008)

5.5.7.8 Lazer e Entretenimento

Guarantã possui um recurso turístico natural muito procurado pelos turistas que é a lagoa do rio Feio pelas suas características e pela bela paisagem natural é um excelente local para fins de semana, pescaria, caçada, passeios de botes e natação, sendo muito freqüentada pelos turistas das localidades vizinhas.

5.6 Caracterização do Objeto de Estudo – Iacanga

5.6.1 Delimitação da Área

O Município de Iacanga encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Bauru, Ibitinga, Arealva, Reginópolis. Iacanga também está localizado na Microrregião de Bauru (PREFEITURA IACANGA, 2008).



Figura 37 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Iacanga (SP)

Fonte: Iacanga (2008)

5.6.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 372 Km. Localizada a uma latitude 21°53'24" sul e a uma longitude 49°01'29" oeste, estando a uma altitude de 422 metros.

O Município possui uma área territorial de 548,029 km². Sua Área é de 548,03 km² representando 0,22 % do Estado, 0,06 % da Região e 0,01 % de todo o território brasileiro (PREFEITURA IACANGA, 2008).



Figura 38 – Foto aérea da cidade de Iacanga (SP)
Fonte: Iacanga (2008)

5.6.3 Aspectos Históricos

A história do Município de Iacanga iniciou-se no século XIX, com a posse de suas terras realizada pela família Rodrigues de Campos que se fixou às margens de um curso d'água conhecido como Ribeirão Claro, no município de Pederneiras.

Uma vez formado o povoado, o primeiro nome que se impôs foi, naturalmente, o de Ribeirão Claro, que em 1909 tornou-se distrito do Município de Pederneiras. Mas, no mesmo ano, por ordem da Assembléia Legislativa de São Paulo, a cidade mudou de nome e passou a se denominar Iacanga, que na linguagem Tupi significa Olho D'Água. No dia 15 de abril de 1925, Iacanga festejou a sua emancipação política – administrativa (PREFEITURA IACANGA, 2008).

5.6.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Iacanga em 01/01/2007 era de 9.074 habitantes e densidade demográfica de 16,1 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	15.282
Urbana	8.074
Rural	7.208
Homens	4.187
Mulheres	4.095
Densidade Demográfica (hab./km ²)	15,11
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	14,11
Expectativa de vida (anos)	72,18
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,16

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 16 – Dados demográficos

5.6.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	89,98 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,779 %
IDH-M Renda	0,706 %
IDH- M Longevidade	0,786 %
IDH-M Educação	0,845 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 17 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	1.218
Matrículas Ensino Médio	322
Docentes – Ensino Fundamental	80
Docentes – Ensino Médio	35

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 18 – Ensino 2006

5.6.6 Economia

A economia do Município de Iacanga é baseada na agricultura, na agropecuária, no comércio e nas indústrias. Iacanga destaca-se por possuir fábricas de tempero e alho, bordado, esquadria de alumínio e pela Usina de açúcar e álcool.



Figura 39 – Funcionários trabalhando na industrialização do alho Boiane, que é comercializado em todo o Estado de São Paulo

Fonte: TV TEM (2008)

5.6.7 Aspectos Turísticos

5.6.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Iacanga possui clima tropical Típico com inverno frio e seco e verão quente com chuvas esporádicas. A temperatura média oscila entre 25° e 28° C, sendo que nos

meses quentes a temperatura fica próxima aos 35°C e nos meses mais frios em torno de 15°C (PREFEITURA IACANGA, 2008).

5.6.7.2 Meios de Hospedagem

Iacanga conta com uma excelente rede hoteleira, que conjuntamente com bons restaurantes fazem um atendimento de primeira qualidade aos visitantes que procuram aquela cidade em seus momentos de lazer.

O Município de Iacanga possui como meio de hospedagem o Hotel Estância Hidromineral Quilombo.

5.6.7.2.1 Hotel Estância Hidromineral Quilombo.

O hotel é um balneário de águas minerais que possuem elementos químicos que auxiliam no tratamento e cura de diversos males, fazendo o local um perfeito refúgio que alia saúde e turismo ecológico com lazer e descanso.

O hotel recebe grande número de turistas por ter uma boa infra-estrutura e conforto em meio à natureza.

As acomodações do Hotel são de estilo pousada, asseadas em ambiente arejado e seguro.

É disponibilizado aos hóspedes banhos de imersão no balneário e piscinas, quadra poliesportiva, playground, lago com pesca esportiva, salão de jogos, campo de gateball e salão para apresentações de karaokê/ videokê e festas.

O acesso ao Hotel é possível pela Rodovia Cesário José de Castilho, que liga as cidades de Bauru e Iacanga. Localizado em um bairro pouco habitado chamado Quilombo.

Para o turista que não vai à cidade de veículo próprio, o Hotel oferece transporte gratuito da estação rodoviária de Iacanga até lá.



Figura 40 – Vista aérea do Quilombo Hotel Estância Hidromineral
Fonte: Hotel Estância Hidromineral Quilombo (2008)



Figura 41 – Visão do lago com as instalações ao fundo
Fonte: Hotel Estância Hidromineral Quilombo

5.6.7.2.2 Colônia de Férias da União dos Funcionários do Banco Nossa Caixa

Instalada em uma grande área verde, contando com toda infra-estrutura de um clube de campo, onde os associados e visitantes convidados, desfrutam de momentos de lazer como vamos descrever linhas abaixo:

Acomodações: Chalés com banheiro; cozinha particular com geladeira, fogão e demais utensílios necessários e churrasqueira.

Refeições: Não possui restaurante e não fornece alimentação. Fornece café da manhã.

Bar que oferece bebidas, sorvetes, doces, petiscos e porções.

Lazer e esportes: Quadra poliesportiva, sala de TV, 1 piscina para adulto e 3 para crianças, cancha de bocha oficial coberta, salão de jogos, bancos de alvenaria espalhados pela área verde; quiosque com 2 churrasqueiras e pia, próximo ao lago; 1 barco disponível para pesca ou passeio (4 metros), roupa de cama e banho.

Esta Colônia está localizada na Avenida Vangelio Mondelli - 190 – Centro de Iacanga.



Figura 42 – Vista da área de lazer da Colônia de Férias da União dos Funcionários do Banco Nossa Caixa

Fonte: Colônia de Férias da União dos Funcionários do Banco Nossa Caixa (2008)

5.6.7.3 Alimentação

No setor de alimentação a cidade conta com excelentes restaurantes e lanchonetes, que são responsáveis no atendimento de diversos pratos da culinária brasileira, onde o visitante ou turista poderão apreciar inúmeros cardápios, com preços acessíveis.

5.6.7.4 Sistema Médico-Hospitalar

Dotada de um excelente hospital público e um pronto socorro municipal, a população Iacanguense, conta com serviços médicos 24horas no atendimento emergencial.

Conta ainda com uma vasta rede de farmácias e drogarias.

5.6.7.5 Acesso/Transporte

O meio de transporte utilizado pelos usuários é feito pela Empresa Ril. O embarque e desembarque de passageiros é feito no Terminal Rodoviário, localizado na área central da cidade.

5.6.7.6 Eventos

O Município de Iacanga conta anualmente com alguns eventos marcantes na cidade como a Festa do Peão de Boiadeiro, que ocorre normalmente nos dias 20,21 e 22 de abril. A festa é realizada em novo recinto, com uma grande infra-estrutura para área de alimentação, estacionamento, parque de diversão além da arena de rodeio e salão dos bailes. As atrações são a montarias em touros e cavalos, e variados shows com bandas.

A festa do Padroeiro da cidade: São João Batista é um evento realizado no Salão Paroquial da Igreja da Matriz nos dias 22, 23 e 24 junho, eventos que já marcam como importantes na agenda cultural do município.



Figura 43 – Vista da Igreja da Matriz da cidade de Iacanga (SP)
Fonte: Iacanga (2008)

5.6.7.7 Lazer e Entretenimento

Iacanga é banhada por um braço do rio Tietê, possuindo uma prainha que atualmente encontra-se abandonada, devido à vasão de esgoto da cidade. Existe um Plano para a implantação de uma lagoa de tratamento de esgoto, o que virá sanar este problema naquele local.

5.7 Caracterização do Objeto de Estudo – Pongai

5.7.1 Delimitação da Área

O Município de Pongai encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Uru, Reginópolis, Cafelândia, Pirajuí.

Pongai também está localizado na Microrregião de Bauru (PREFEITURA DE PONGAI, 2008).



Figura 44 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Pongai (SP)

Fonte: Pongai (2008)

5.7.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 444 Km. Localizada a uma latitude 21°44'11" sul e a uma longitude 49°22'00" oeste, estando a uma altitude de 422 metros. O município possui uma área de 183,98 km² (PREFEITURA DE PONGAI, 2008).



Figura 45 – Vista aérea da cidade de Pongai (SP)
Fonte: Pongai (2008)

5.7.3 Aspectos Históricos

O antigo povoado de Saltinho localizava-se na região habitada por tribos indígenas (das nações caingangues, caiapó, guarani e outras) que dominavam a faixa territorial de toda a vertente do ribeirão Sucuri e, ainda, os córregos da Onça e Porto Alto, confluente da margem esquerda do Tietê.

Apesar da resistência indígena, por volta de 1868 os primeiros homens brancos se fixaram nessa área. José Cândido Carneiro, proprietário de terras que utilizava mão-de-obra indígena em sua produção agrícola, e José Lopes de Moraes, outro proprietário de uma extensa faixa de terras, desempenharam papel fundamental no desbravamento e povoamento inicial do Município de Pongai (nome tupi-guarani, significa Salto Pequeno, pequena queda d'água).

Em 19 de dezembro de 1927, foi criado o Distrito com a denominação de Pongai, no Município de Pirajuí que, em 24 de dezembro de 1948, obteve autonomia municipal (PREFEITURA DE PONGAI, 2008).

5.7.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Pongá em 01/01/2007 era de 3.473 habitantes e densidade demográfica de 20,6 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	3.693
Urbana	2.909
Rural	784
Homens	1.916
Mulheres	1.777
Densidade Demográfica (hab./km ²)	20,14
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	9,77
Expectativa de vida (anos)	74,87
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,23

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 19 – Dados demográficos

5.7.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	88,99 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,794 %
IDH-M Renda	0,712 %
IDH- M Longevidade	0,831 %
IDH-M Educação	0,838 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 20 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	430
Matrículas Ensino Médio	184
Docentes – Ensino Fundamental	26
Docentes – Ensino Médio	18

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 21 – Ensino 2006

5.7.6 Economia

No setor economia, Pongaí destaca-se a agricultura, que se caracteriza por várias culturas agrícolas como a de Braquiária, café, cana de açúcar, eucalipto, milho, laranja, capim – napier (ou capim – elefante) e limão (PREFEITURA DE PONGAÍ, 2008).

Destacamos ainda as instalações do Frigorífico Frimatti, que vem abatendo diariamente um total de 150 cabeças de gados e gerando um total de 50 empregos na cidade.

5.7.7 Aspectos Turísticos

5.7.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Pongaí possui clima tropical típico com inverno frio e seco e verão quente com chuvas esporádicas. A temperatura média oscila entre 25° e 28° C, sendo que nos meses quentes a temperatura fica próxima aos 35°C e nos meses mais frios em torno de 15°C (PREFEITURA DE PONGAÍ, 2008).

5.7.7.2 Recursos Culturais

Devido o tamanho da cidade de porte menor, a mesma não possui recursos culturais que poderia ser destacado.

5.7.7.3 Meios de Hospedagem

A cidade não possui hospedagem, com os visitantes se deslocando até a cidade de Pirajuí, que é a mais próxima de Pongaí.

5.7.7.4 Alimentação

O setor da alimentação é composto de dois restaurantes que estão localizados na artéria principal da cidade, onde os visitantes poderão saborear uma deliciosa comida caseira.

5.7.7.5 Sistema Médico-Hospitalar

A cidade não possui hospital com o atendimento dos pacientes sendo feito pela Unidade Mista de Saúde. Os atendimentos de emergência são feitos na Santa Casa de Pirajuí e Cafelândia.

Existe ainda na cidade 2 farmácias com farmacêuticos responsáveis.

5.7.7.6 Acesso/Transporte

O acesso a cidade é feito pela Rodovia Marechal Rondon até Pirajuí, e posteriormente pela vicinal que liga os Distritos de Estiva e Uru, totalizando 28 Km de Pirajuí até Pongaí.

A cidade possui uma bonita rodoviária, onde os usuários conta com serviços das empresas Luvas e RIL, servindo de ponto estratégico para o deslocamento de veículos pela rodovia Trans Brasileira que interliga ainda os municípios de Novo Horizonte, Itápolis e desembocando a cidade de Ribeirão Preto.

5.7.7.7 Eventos

As comemorações do aniversário do município acontecem no dia 02 de abril, com a realização de inúmeras atividades culturais e esportivas.

É realizado ainda durante o mês de abril e maio uma quermesse, onde as barracas são instaladas ao lado da Praça Principal da cidade.

5.7.7.8 Lazer / Entretenimento

A população e os visitantes contam com uma bonita prainha dotada de toda infraestrutura necessária, as margens do Rio Tietê, onde o divertimento é constante nos finais de semana, com a mesma sendo dotada de segurança e de embarque de passageiros que usufruem de um bonito passeio de barco ao longo do Rio Tietê.



Figura 46 – Embarcação que realiza o passeio no Rio Tietê, dotada de toda segurança necessária

Fonte: Pongai (2008)



Figura 47 – Praia de Pongai com a sua infra-estrutura, foi considerada um ponto turístico do município pelo sorteio realizado pela loteria Paulista com a sua foto sendo colocada em primeiro plano no bilhete da loteria

Fonte: Registrada pela autora

5.8 Caracterização do Objeto de Estudo – Presidente Alves

5.8.1 Delimitação da Área

O Município de Presidente Alves encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Avaí, Gália, Garça e Pirajuí.

Presidente Alves também está localizado na Microrregião de Bauru, estando à 56 km de Bauru e a 60 Km de Lins, tendo como referência a SP 300 (Rodovia Marechal Rondon) (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).



Figura 48 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Presidente Alves (SP)

Fonte: Presidente Alves (2008)

5.8.2 Localização e Limites

Localiza-se a uma latitude 22°06'00" sul e a uma longitude 49°26'17" oeste, estando a uma altitude de 576 metros, sendo considerado o ponto mais alto da Noroeste Paulista.

O Município possui uma área territorial de 288,570 km² (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).



Figura 49 – Foto aérea da cidade de Presidente Alves (SP)
Fonte: Presidente Alves (2008)

5.8.3 Aspectos Históricos

A partir de 1856, como consequência do declínio do potencial econômico representado pelas minas de ouro de Minas Gerais, registra-se o interesse de novas fontes de subsistência. Ocorre então um grande deslocamento para o Rio de Janeiro, já em 1888, com a exaustão da terra e a abolição da escravatura, o café fluminense vem para São Paulo, dando assim origem ao ciclo paulista. A ausência de escravos, força os paulistas a procurarem outra alternativa de mão-de-Obra, que acabaram encontrando com a chegada periódica e constante de italianos e espanhóis. O próprio imigrante ganha aos poucos parte da terra que ele veio cultivar e instala-se como proprietário. As grandes produções obrigaram a construção, ainda que desordenada, de ferrovias para o transporte. Acompanhando as transformações históricas da economia brasileira, o café vinha em marcha acelerada abandonada as velhas terras do vale do Paraíba e se alargava pelo centro-oeste do estado.

Novas plantações surgiam por toda parte. Aberta as clareiras no meio de imensas matas, plantavam-se os cafezais, lavouras como jamais se vira no país.

A região finalmente vai se povoando, Bauru era um pequeno arraial da Serra de Agudos, isso em 1893.

Os novos posseiros entravam em sangrentas lutas com os índios "Kaingangs", porém essas dificuldades, não foram suficientes para que os futuros Alvenses (na verdade Jacutingenses) deixassem de levantar umas poucas casas de pau-a-pique e fundar uma pequena Vila nas terras do Rio Feio e assim, por volta de 1898, nasceria o povoado de Jacutinga, a futura Presidente Alves.

A obra dos pioneiros seria mais tarde completada com a penetração das Ferrovias, pois o crescimento da região já não suportava mais os primitivos meios de transporte,

acompanhando o ritmo da História da Região. Em 1904, chegava a Bauru a ponta dos trilhos da Sorocabana, logo após a chegada precisamente há 13 de novembro de 1905, inicia-se os trabalhos da Rede Noroeste do Brasil, que tinha por finalidade ligar Bauru-Cuiabá, mais tarde esse trajeto foi mudado para Bauru-Corumbá.

Na medida em que os trilhos iam avançando, as dificuldades e barreiras também aumentavam, a Rede procurava atingir zonas já povoadas. Os índios Kaiagangs que ainda havia em grande número atacavam os invasores que investiam sobre suas terras estirando os trilhos e erguendo estações, os índios atacavam com flechas e tacapes, os nordestinos se defendiam com trabucos e carabinas, palco das batalhas: KM 45 à 46 próximo à Serra do Mirante, área conhecida hoje como Mirante (encontrada nos mapas geográficos da época).

Essas batalhas foram travadas, afirmam-se alguns moradores antigos e também trabalhadores que prestaram seus serviços à Noroeste do Brasil, pelo interesse dos índios nas terras localizadas as proximidades das vertentes do Rio Feio, da qual dependiam para sua sobrevivência.

Os choques ficavam mais violentos na medida em que os trilhos penetravam no interior, afastava-se da pequena Vila de Bauru. Por onde passava a estrada ia ficando um vagão, era uma estação que se plantava e uma cidade que nasceria breve.

Foi nesse avanço dos trilhos dos troços de toda ordem, numa luta dramática contra a mata fechada, índios e doenças, que, no período de 1905, nasceria Presidente Alves que começava a se desenvolver rapidamente, principalmente no início embalada junto com as colheitas do café. Assim em 27 de setembro de 1906, a estação estava sendo inaugurada.

Novas ruas são abertas paralelas à ferrovia, a Nove de Julho e Albuquerque Lins, atual João Pessoa. Novas casas de pau-a-pique são erguidas, o antigo povoado de Jacutinga cresce e passa a se chamar Presidente Alves em homenagem ao Presidente da nação da época, o Dr. Francisco de Paula Rodrigues Alves. Fundadores e primeiros moradores foram: Joaquim Pereira de Carvalho, Antonio Domene, José Garcia, Mario Pimentel e dezenas de outros que contribuíram para o desenvolvimento do Distrito.

Nesses primeiros anos da construção da estrada de ferro podemos notar a chegada de imigrantes transformando-se em sertanejo, sobretudo os espanhóis, portugueses, italianos, negros e sírios. Essa mistura e caldeamento de raças originariam os povos no município.

Presidente Alves foi elevado a distrito de paz, pela Lei N.º 1.428 de 03 de Dezembro de 1.914 e incorporado ao Município de Avaí pela Lei n.º 1.672 de 02 de Dezembro de 1919.

O Município de Presidente Alves é elevado a 02 de Dezembro de 1.927 pela Lei n.º 2.216. Como município instalado e datado a 28 de março de 1.928, foi constituído como

Distrito de paz de Presidente Alves. Atualmente, subordinado à jurisdição da Comarca de Pirajuí.

Desde 30 de novembro de 1.944 o Distrito de paz de São Luiz de Guaricanga, foi anexado ao seu território desmembrando-se do Município de Avaí, por força da Lei nº. 14.334 (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).

5.8.3.1 Histórico do Distrito de São Luiz de Guaricanga.

Guaricanga foi desenvolvida por pioneiros que ali chegaram e que deram seu trabalho principalmente na agricultura, contribuindo para o crescimento do distrito. Famílias como Carneiro, Pessoa, Bautz, Cunha, Siena, Navarro, Oliveira, Almeida, Góes, Pares, Dias, Paula Lima e tantas outras tiveram participação marcante para a transformação do distrito. O pontapé inicial para que o distrito surgisse começou com o violeiro Tomas Garcia Carneiro.

Homem de algumas posses presenteou seu sobrinho-neto José Inácio Carneiro com um pedaço de terra no distrito. O nome original do distrito (São Luiz do Guaricanga) veio de uma homenagem de José Inácio a São Luiz Gonzaga, do qual era devoto, juntamente com o nome das palmeiras que cercavam o local - justamente guaricangas. A política do distrito indica que São Luiz do Guaricanga pertenceu a Bauru, Avaí e atualmente Presidente Alves. No ano de 2002, foi comemorado o centenário de São Luiz de Guaricanga.

Ressaltamos ainda, que durante a segunda quinzena de maio, o proprietário da Destilaria Guaricanga, João Hermann Netto, que também é proprietário de mais três Usinas de Álcool na região, da inicio oficialmente com a presença de autoridades, amigos e trabalhadores, da moagem da safra de cana de álcool (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).



Figura 50 – Vista da Destilaria Guaricanga
 Fonte: Presidente Alves (2008)

5.8.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Presidente Alves em 01/01/2007 era de 4.346 habitantes e densidade demográfica de 14,5 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	4.317
Urbana	3.315
Rural	1.002
Homens	2.184
Mulheres	2.133
Densidade Demográfica (hab./km ²)	14,96
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	16,67
Expectativa de vida (anos)	70,79
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,25

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 22 – Dados demográficos

5.8.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	88,30 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,763 %
IDH-M Renda	0,681 %
IDH- M Longevidade	0,763 %
IDH-M Educação	0,846 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 23 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	586
Matrículas Ensino Médio	184
Docentes – Ensino Fundamental	44
Docentes – Ensino Médio	23

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 24 – Ensino 2006

5.8.6 Economia

A Destilaria Guaricanga grande produtora de álcool anidro e hidratado, emprega diversos trabalhadores da cidade, constituindo-se na grande geração de empregos, além de uma grande contribuição na economia do município (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).

5.8.7 Aspectos Turísticos

5.8.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Presidente Alves apresenta clima tropical típico, possui temperatura quente, de inverno seco com as seguintes variações climáticas: mês mais quente maior que 22°, mês mais frio menor que 18°, precipitação fluvial variando entre 110 e 1300 mm/ano (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).

5.8.7.2 Recursos Culturais

O grande gerador de emprego no município é o empresário e ex Deputado Federal João Herrmann Filho, que recentemente recebeu o título de cidadão Alvense através da Câmara Municipal de Presidente Alves pelos seus investimentos no município. A Destilaria Guaricanga foi uma das duas primeiras a serem implantadas para atender ao Programa Nacional do Álcool (Proálcool). A unidade foi fundada 1977 pelo consórcio Zanini-Conger.

A primeira produção de álcool, em 1979, foi de 120 mil litros por dia. Já começou produzindo anidro e hidratado. Desde que foi fundada, a Guaricanga tem se modernizado gradativamente. Quando João Herrmann adquiriu a destilaria, vários serviços foram terceirizados, como os setores de transportes, máquinas, oficina mecânica e refeitório. No entanto, a terceirização teve critérios sociais que beneficiaram muitos funcionários. A destilaria ajudou-os na estruturação de pequenas empresas para a prestação de serviços. Desde então, os trabalhadores que aderiram à novidade tiveram notória ascensão social.

A origem do nome da destilaria é indígena e é uma homenagem ao Distrito de São Luiz do Guaricanga, no Município de Presidente Alves/SP, onde está estabelecida. A região não tem tradição de plantar cana-de-açúcar. Para incentivar a cultura, a diretoria da Guaricanga fechou parcerias com proprietários rurais no ano de 2001. A destilaria plantou cana em 500 hectares de pequenas propriedades da região. O primeiro corte pertence à destilaria e os demais aos proprietários das áreas, que passarão a ser fornecedores da matéria-prima (PREFEITURA PRESIDENTE ALVES, 2008).

Na área cultural de Presidente Alves o destaque ainda é para o grupo teatral Ilusão, pertencente à Casa de Cultura Rosa Maria Vicari, que realiza a apresentação de inúmeros espetáculos teatrais na região.

5.8.7.3 Meios de Hospedagem

A cidade não possui rede hoteleira, nem pensão e pousadas, por isso, os visitantes se deslocam até a vizinha cidade de Pirajuí, que possui excelentes hotéis. A distância entre os municípios é de 8 Km.

5.8.7.4 Alimentação

O município possui uma praça principal com uma Concha Acústica, onde ficam instalados uma série de trailers, local de encontro da família Alvense e visitantes. Possui ainda uma panificadora, um supermercado com açougue e padaria, além de diversos bares localizados no centro da cidade e nos Núcleos Habitacionais.

5.8.7.5 Sistema Médico - Hospitalar

O município possui uma Santa Casa que se encontra desativada, visto que não foi renovado o compromisso social com o SUS, com um atendimento emergencial sendo realizado no Centro de Saúde, e os casos que requerem um atendimento especial sendo encaminhados para a Santa Casa de Pirajuí e Hospital de Base de Bauru.

A cidade conta com 2 farmácias para atendimento da população.

Outro destaque no setor da saúde do município é a AME (Associação Multidisciplinar de Atendimento aos Excepcionais), que com os seus modernos aparelhos e com profissionais capacitados, é a referencia no atendimento na região.

5.8.7.6 Acesso/Transporte

Para se chegar até a cidade, de quem vem sentido Capital, utiliza-se a Castelo Branco até Botucatu, posteriormente pela Rodovia Marechal Rondon, chegando-se até a cidade de Bauru e numa extensão de 40Km chega-se até a cidade.

Os usuários do transporte coletivo são bem servidos pelas Empresas Reunidas Paulista de Transporte Ltda; que diariamente utilizam-se dos ônibus circular que faz o trajeto Pirajuí/Presidente Alves/Avai e Bauru. A Empresa Ril também possui um horário de transporte entre Pirajuí e Presidente Alves e vice-versa.

5.8.7.7 Eventos

Durante o mês de março, acontece um projeto educacional denominado semana da Água, onde são desenvolvidas inúmeras atividades recreativas e educativas com alunos da rede estadual e municipal de ensino, onde o Instituto Vidágua de Bauru com seus palestrantes que analisam a questão da água, mata aciliares, assoreamento, fauna (animais e lixo urbano).

5.8.7.8 Lazer/Entretenimento

A comunidade conta com um excelente Estádio de Futebol onde são realizados encontros futebolísticos, fazendo o lazer da população.

A Praça da Matriz é um local de encontro familiar, lá fica localizado a Igreja Matriz, durante a noite pode se admirar uma pequena fonte luminosa no jardim da praça da cidade.



Figura 51 – Vista da fonte luminosa na Praça Matriz de Presidente Alves, que tem ao fundo uma bonita Concha Acústica, onde são realizados desfiles Cívico e Militar e show musical, nos finais de semana

Fonte: Presidente Alves (2008)



Figura 52 – Vista da Igreja Matriz Santa Cecília, que está localizada na Praça Principal da cidade

Fonte: Presidente Alves (2008)

5.9 Caracterização do Objeto de Estudo – Reginópolis

5.9.1 Delimitação da Área

O Município de Reginópolis está localizada na região central do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Iacanga, Balbinos, Uru, Pirajuí e Bauru. E está também localizada na Microrregião de Bauru (PREFEITURA REGINÓPOLIS, 2008).



Figura 53 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Reginópolis (SP)
Fonte: Reginópolis (2008)

5.9.2 Localização e Limites

A distância da capital equivale a 325 Km. A Sede Municipal está localizada na zona fisiográfica de Marília, a 22° 53' de latitude sul e 48° 14' de longitude W. Gr.. A altitude da cidade atinge 455 metros. A área territorial do município é de 405 km² – cidade 1,36 km² (PREFEITURA REGINÓPOLIS, 2008).



Figura 54 – Vista aérea da cidade de Reginópolis (SP)
Fonte: Reginópolis (2008)

5.9.3 Aspectos Históricos

O Município de Reginópolis nasceu de um pequeno núcleo fundado à margem direita do rio Batalha e tem como fundador Padre Geremias José Nogueira.

Segundo o testemunho do Senhor Inácio Francisco da Silva, preto velho, cuja idade varia entre 110 e 120 anos e que se conta, com José Bernardo, entre os primeiros povoadores do lugar, onde hoje se localiza a sede do município, foi o Padre Geremias, considerado o fundador de Reginópolis, o primeiro homem a instalar-se, em caráter definitivo, naquela agreste região do rio Batalha.

Padre Geremias auxiliado pelo seu sobrinho José de Pinho Nogueira e numerosa leva de índios catequizados embrenhou-se pelos sertões afora e nos lugares por onde passava surgiam desbravamentos e culturas. Homem bom, sertanista experimentado e profundo conhecedor da psicologia dos silvícolas, conseguiu deles apoio integral para a derrubada de matas e, inclusive, para a construção de uma capela, onde foi rezada a primeira missa.

A afluência de brancos tornou-se cada vez maior e, com ela, estabilizaram-se as relações de amizade existentes entre brancos e índios, pela invasão mútua de territórios.

Procurando por ambas as partes, por determinação do Padre Geremias, o Governo designou o Dr. Antônio Cintra, para efetuar a divisão das terras entre eles. No fim do ano de 1922, o citado Padre fez doação de 100 alqueires de terra para formar o Patrimônio da “Rainha dos Anjos do Batalha”.

Pela Lei Estadual nº. 1890, de 13 de dezembro de 1922 foi criada a Vila do Batalha e de acordo com a Lei Estadual nº. 233, de 24 de dezembro de 1948 foi criado o Município de Reginópolis, com terras desmembradas do Município de Pirajuí e concedido à Sede Municipal, foros da cidade.

A instalação do novo município ocorreu a 03 de abril de 1949. E a cidade de Reginópolis teve como primeiro prefeito o Senhor Hilário Spuri Jorge, eleito a 03 de abril de 1949 (PREFEITURA REGINÓPOLIS, 2008).

5.9.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pelo IBGE em 2000. Também é possível encontrar as estimativas dos anos de 2007 somente para os municípios. De acordo com o site do IBGE a população estimada de Reginópolis em 01/01/2007 era de 6.993 habitantes e densidade demográfica de 11,5 hab./km².

A metodologia utilizada pelo IBGE em relação à população residente total, por sexo e situação de domicílio é referente aos moradores habituais em cada residência.

População Total	4.742
Urbana	3.784
Rural	958
Homens	2.399
Mulheres	2.343
Densidade Demográfica (hab./km ²)	11,57
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	19,57
Expectativa de vida (anos)	69,36
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	2,64

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 25 – Dados demográficos

5.9.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	87,94 %
Índice de Desenvolvimento Humano	0,763 %
IDH-M Renda	0,704 %
IDH- M Longevidade	0,739 %
IDH-M Educação	0,845 %

Fonte: IBGE – Dados do Censo (2000)

Quadro 26 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	738
Matrículas Ensino Médio	182
Docentes – Ensino Fundamental	45
Docentes – Ensino Médio	23

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 27 – Ensino 2006

5.9.6 Economia

A economia no Município de Reginópolis é baseada na agropecuária como fonte predominante de rendimento, existindo, porém fontes como sericultura, citricultura e comércios.

5.9.7 Aspectos Turísticos

5.9.7.1 Condições Naturais - Clima

O Município de Reginópolis apresenta clima relativamente quente. A média das máximas alcançadas é de 32 °C., e das mínimas é de 10°C., e a média compensada é de 23°C. A precipitação de chuvas no ano, em altura total, é de 1.100,0 mm (PREFEITURA REGINÓPOLIS, 2008).

5.9.7.2 Meios de Hospedagem

Com a construção de 2 penitenciárias no município, a cidade recebeu um investimento na área hoteleira com a construção de um moderno hotel 3 estrelas, localizado no centro da cidade, pertencente ao agricultor Dr. João Sampaio Ferraz “Bentoca”.

5.9.7.3 Alimentação

A cidade possui 2 restaurantes, localizados no centro da cidade, oferecendo serv-service diariamente com um diversificado cardápio. Possui ainda padaria e confeitaria e inúmeros bares, que estão localizados no centro e nos núcleos habitacionais.

5.9.7.4 Sistema Médico-Hospitalar

A população desfruta de uma unidade mista de saúde, com atendimento 24horas, formada por médicos especialistas e enfermeiros padrão, possuindo leitos para internamento e atendimento de pequenas cirurgias. Localiza-se no Jardim Paineiras, em ponto central da cidade.

Instaladas em ponto central da cidade encontram-se 2 farmácias que fazem o atendimento da população Reginopolense.

5.9.7.5 Acesso/Transporte

O Município de Reginópolis é servida por estradas de rodagem. Está ligado as demais cidades pela rodovia SP 331, que liga a SP-321 E SP-300 (Marechal Rondon) e destas com as demais. A cidade tem 192 Km de estradas vicinais.

Duas são as Empresas de Transportes de Passageiros que atendem a população no transporte coletivo: A Rodoviário Ibitinguense S/A – De Pongaí-Uru- Pradúnia- Reginópolis- Iacanga- Bauru, disponível em dois horários. De Reginópolis- Iacanga- Bauru, disponível em três horários. E de Reginópolis- Balbinos- Pirajuí- Presidente Alves, em dois horários.

A segunda Empresa é a Cruz S/A que faz o percurso de Reginópolis- São Paulo e vice-versa, em um horário, passando por Iacanga, Ibitinga, Araraquara, São Carlos, Campinas e São Paulo.



Figura 55 – Vista do Terminal Rodoviário de Reginópolis (SP)
Fonte: Reginópolis (2008)

5.9.7.6 Eventos

Os eventos tradicionais na cidade são as festas comemorativas como: o dia do Município (03 de abril), o dia da Padroeira do Município “Nossa Senhora Rainha dos Anjos” (15 de agosto) e as festas populares: carnaval, festas juninas, e a festa do peão em setembro que reuni um grande número de turistas na cidade que vão se divertir.



Figura 56 – Vista da Igreja Nossa Senhora Rainha dos Anjos
Fonte: Reginópolis (2008)



Figura 57 – Vista da tradicional festa realizada na Praça Principal em louvor a Nossa Senhora Rainha dos Anjos - Padroeira do Município
Fonte: Reginópolis (2008)

5.9.7.7 Lazer e Entretenimento

O divertimento da população e dos visitantes, além de bailes que são realizados semanalmente no Ipê Clube de Reginópolis, se restringe também, ao Bosque Municipal, que é circundado pelas águas do Rio Batalha, onde são realizados diversos eventos na área cultural e educacional do município.

A cidade possui ainda um bonito Recinto de Rodeio, onde são realizadas esporadicamente competições em montarias.



Figura 58 – Vista do Ipê Clube de Reginópolis (SP)
Fonte: Reginópolis (2008)



Figura 59 – Vista da Cavalgada que todos os anos tem o seu início no Bosque Municipal, e terminando na cidade de Iacanga
Fonte: Reginópolis (2008)

5.10 Caracterização do Objeto de Estudo – Uru

5.10.1 Delimitação da Área

O Município de Uru encontra-se localizada na região Centro-Oeste do Estado de São Paulo. Seus limites são as cidades de Pongai e Pirajuí. Uru também esta localizado na Microrregião de Bauru (PREFEITURA URU, 2008).



Figura 60 – Mapa do Estado de São Paulo, identificando a localização da Cidade de Uru (SP)
Fonte: Uru (2008)

5.10.2 Localização e Limites

Está localizada a uma latitude 21°47'02" sul e a uma longitude 49°16'51" oeste, estando a uma altitude de 427 metros. O município possui uma área territorial de 147,581 km² (PREFEITURA URU, 2008).



Figura 61 – Vista aérea da cidade de Uru (SP)
Fonte: Uru (2008)

5.10.3 Aspectos Históricos

O nome Uru é originário de um pássaro muito comum no Centro-oeste e Sul do Brasil.

São aves galiformes que vivem em pequenos bandos no chão, alimentando-se de pequenos frutos, e preferem matas densas. Hoje só é encontrado na região de Mato Grosso e Amazonas, mas já existiu em Uru.

Uru surgiu nas primeiras décadas do século XX. Conta à história que seu fundador-émérito, Sr. Paschoal Flamino, que era colono de café há muito tempo, nos idos de 1.910 adquiriu uma propriedade no Município de Pirajuí, dedicando-se ao cultivo de café, e em 1.919 trasladou-se para a localidade onde hoje se encontra o Município de Uru, adquirindo uma fazenda de aproximadamente 180 ha. de terras inexploradas que, com arrojo desbravou-as para dar continuidade à lavoura cafeeira e então buscou fundar uma vila. Por volta do ano de 1.923, dividiu uma pequena parte de suas terras (15 ha) em lotes, vendendo-os aos colonos e pessoas interessadas na região já produtiva. Essa iniciativa veio permitir a outros proprietários que habitavam nessa localidade seguir o seu exemplo, sendo um deles o Sr. Francisco Telles, vizinho de terras. Foi a partir deste empreendimento que surgiu em 1.934 um pequeno patrimônio denominado Santo Antonio de Uru. O patrimônio de Uru

desenvolveu-se rapidamente e em 1.953, o então Governador do Estado, Dr. Lucas Nogueira Garcez, promulgou a lei nº 2456, de 30/12/1953, dando a Uru sua emancipação política com instalação em 01-01-1954 com o nome atual de Uru.

Quando de sua emancipação política chegou a ter uma população de 4.000 habitantes, a grande maioria residindo na zona rural, trabalhando na lavoura de café. Na década de 60 a cafeicultura, principal pólo econômico regional, começou a se inviabilizar porque seu comércio tornou-se oscilante no mercado exterior. A curto prazo não houve política de preços e a médio prazo passou-se a adotar uma política de abandono no trato, pois os insumos, e a matéria-prima importada, ficaram caríssimas e fora do alcance da grande maioria. A situação no município foi ficando insustentável, pois o mesmo possuía uma base econômica primária, sem nenhuma indústria ou atividade comercial atuante, o que provocou o êxodo rural e a migração da população para outros centros urbanos, o que esvaziou a cidade de Uru. As lavouras de café começaram a ser arrancadas e as pastagens foram surgindo. As propriedades passaram a ter então um caráter de sobrevivência, ou seja, plantava-se para o próprio consumo.

Hoje em dia começaram a viver um novo momento de mudanças com a vinda das lavouras de cana (PREFEITURA URU, 2008).

5.10.4 Aspectos Sócio-econômicos

As informações populacionais foram baseadas nos censos demográficos realizados pela Fundação SEADE em 2007.

Os dados referentes ao Ensino foram coletados no site do IBGE.

População Total	1.487
Urbana (em %)	75,79 %
Rural (em %)	24,21 %
Homens	-
Mulheres	-
Densidade Demográfica (hab./km ²)	10,17
Mortalidade Infantil até 1 ano (por mil)	-
Expectativa de vida (anos)	-
Taxa de Fecundidade (filhos por mulher)	35,18

(-) Dados não disponíveis no site SEADE

Fonte: Fundação SEADE (2007)

Quadro 28 – Dados demográficos

5.10.5 Condições de vida

Taxa de alfabetização	-
Índice de Desenvolvimento Humano	0,739 %
IDH-M Renda	1,43 %
IDH- M Longevidade	69 %
IDH-M Educação	60 %

(-) Dados não disponíveis no site SEADE

Fonte: Fundação SEADE (2004)

Quadro 29 – Condições de vida

Ensino 2006	
Matrículas Ensino Fundamental	211
Matrículas Ensino Médio	79
Docentes – Ensino Fundamental	19
Docentes – Ensino Médio	11

Fonte: IBGE – Dados (2006)

Quadro 30 – Ensino 2006

5.10.6 Economia

Uru apresenta como fonte de economia à pecuária e a agricultura. Sendo que o setor da agricultura é baseado em grandes plantações de laranjas em fazendas que foram arrendadas para a Empresa Branco Peres e Citro-suco, para a exportação do suco de laranja.

5.10.7 Aspectos Turísticos

5.10.7.1 Condições Naturais – Clima

O Município de Uru apresenta clima Tropical Típico, possui temperatura média das máximas alcançadas é de 32 °C., e das mínimas é de 10°C., e a média compensada é de 23°C (PREFEITURA URU, 2008).

5.10.7.2 Meios de Hospedagem

A cidade pelo seu porte de pequeno município e praticamente sem um comércio atuante, a mesma não possui qualquer tipo de hospedagem, com os visitantes se deslocando até as cidades de Reginópolis e Pirajuí, que possuem hotéis de excelente qualidade.

5.10.7.3 Alimentação

Uru possui 1 padaria e alguns bares espalhados pela cidade, onde os visitantes poderão usufruírem de um delicioso lanche, visto que a cidade não possui nenhum restaurante.

5.10.7.4 Sistema Médico-Hospitalar

A população Uruense conta com o atendimento do Centro de Saúde através de médicos e dentistas que fazem plantão diariamente no atendimento dos usuários, sendo que os casos mais graves são encaminhados através de ambulância da municipalidade para as cidades de Pirajuí, Bauru, Cafelândia e Lins.

A cidade possui duas farmácias instaladas na Avenida Francisco Teles, responsáveis pelo atendimento da comunidade Uruense e do Distrito da Pradínia.

5.10.7.5 Acesso/Transporte

A cidade é servida por uma excelente malha viária, com o deslocamento da Capital Paulista, sendo feita pela Rodovia Castelo Branco até a cidade de Botucatu, posteriormente trafegando pela Rodovia Marechal Rondon até a cidade de Pirajuí, e posteriormente pegando uma estrada vicinal de mão única, numa extensão de 30 Km passando pelo Distrito da Estiva Grande, prosseguindo até o Km 20, passando por inúmeras propriedades rurais e chegando até o Município de Uru.

O transporte rodoviário é feito pela Viação Luvasa, da cidade de Marília.

5.10.7.6 Eventos

Durante o mês de junho é realizado a Tradicional Quermesse em Louvor a Santo Antonio - Padroeiro do município, onde são realizados grandiosos shows com artistas consagrados do cenário musical, onde os visitantes contam com inúmeras barracas de alimentação e divertimento.

Com a praça principal totalmente reformulada, alguns shows serão realizados neste local, propiciando maior comodidade aos moradores e visitantes.

5.10.7.7 Lazer e Entretenimento

Os pontos turísticos de lazer no município se encontram situados à margem do Rio Tietê, visitas são feitas as Micro Bacias do Projeto Meio Ambiente, na criação de avestruz e no local de processamento de polpa de suco natural e laticínio.

Para quem curte descanso e se reunir com família e amigos no fim de semana o lugar mais indicado é a Pousada Campo Sucuri, onde o canal de pesca é o Rio Sucuri que desemboca no Rio Tiete. O lugar é um belíssimo Safári fotográfico e há vários pontos a serem explorados sem agredir o meio ambiente e fazer uma boa pesca esportiva. É feito no local locação de barcos para a pesca e para passeio, para um bom almoço e jantar, o restaurante no local oferece aos clientes variados tipos de peixe e quem preferir se acomodar é oferecido reservas de quartos.

No centro da cidade se encontram igrejas e prédios históricos para visitaçao.



Figura 62 – Grupo de amigos reunidos na pousada Campo Sucuri, as margens do Rio Tietê
Fonte: Uru (2008)

5.11 Análise e Adaptação do Roteiro Diagnóstico para a Pesquisa Jornalística

5.11.1 Perfil dos Entrevistados

A tabela 1 retrata o sexo dos entrevistados da pesquisa. Verifica-se uma maior participação do sexo masculino (4) e sexo feminino (3).

Tabela 1 – Sexo dos Participantes

SEXO	F.A.	F.R. (%)
Masculino	4	57,14
Feminino	3	42,86
TOTAL	7	100

F.A. – Frequência Absoluta. F.R. – Frequência Relativa

Os dados da tabela 2 apresentam a idade dos entrevistados, que compõe uma faixa etária de 22 a 57 anos. Observa-se que houve um equilíbrio entre as pessoas que possuem a idade menor que 25 e mais de 45 que em sua soma totalizaram 6. A faixa etária de 26 a 45 anos, correspondeu a 1.

Por meio destes dados, pode-se verificar uma maior participação de jovens e adultos.

Tabela 2 – Idade dos Participantes

IDADE	F.A.	F.R. (%)
Menor de 25	3	42,86
De 26 a 45	1	14,3
Mais de 45	3	42,86
TOTAL	7	100

F.A. – Freqüência Absoluta. F.R. – Freqüência Relativa

Com relação a área de atuação, constatou que todos os entrevistados trabalham em jornal impresso (7) e (3) deles atuam também entre áreas do jornalismo tais como: rádio e assessoria de imprensa.

Conforme analisado na tabela 3, correspondente ao tempo que atuam na área do jornalismo, nota-se que a maioria deles atuam de 1 a 6 anos e mais de 14 anos (6), e apenas (1) de 7 a 13 anos de atuação na área.

Tabela 3 – Tempo que atua na área do jornalismo

TEMPO QUE ATUA NA ÁREA DO JORNALISMO	F.A.	F.R. (%)
1 a 6 anos	3	42,86
7 a 13 anos	1	14,3
Mais de 14 anos	3	42,86
TOTAL	7	100

F.A. – Freqüência Absoluta. F.R. – Freqüência Relativa

5.11.2 Opinião dos Entrevistados

Quanto à opinião dos entrevistados, este item demonstra os resultados referêntes as características relevantes dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo.

Na tabela 4 encontra-se caracterizado os dados em relação aos atrativos turísticos e características relevantes. Identificamos no item A1 - Atrativos Naturais que a maioria dos entrevistados acham que as qualidades das praias fluviais e/ ou lacustres são totalmente relevantes por ser um conjunto de lazer e turismo, atrativo e irresistível, permitindo aos turistas usufruir com segurança e permanecer mais tempo na região, conhecendo mais profundamente este espaço; e o volume de água relevante, por não causar nenhuma influência no processo de decisão, ambos totalizam 85,71%.

Tradicionalmente, os recursos baseados em água, sejam litorais ou lagos, têm sido os mais importantes recursos turísticos e ainda o são, mas com o aumento na quantidade de férias que as pessoas desfrutam, o campo e as

paisagens pitorescas têm tido maior utilização. Entretanto, as amenidades naturais não estão apenas limitadas à paisagem, mas incluem também, por exemplo, o clima (que é responsável pelos fluxos dominantes de turistas vindos do Norte para o Sul, à procura do sol), a vegetação, as florestas e a vida selvagem (COOPER; FLETCHER; WANHILL; GILBERT; SHEPHERD, 2001, p. 332).

As qualidades de água (cor/transparência e temperatura) é totalmente relevante, pelo fato de saber qual a possibilidade de uso para se fazer com a água, a mesma pode ser de boa qualidade para um determinado fim e de má qualidade para outro, dependendo de suas características, se é potável para o consumo humano, grau de balneabilidade, ou até mesmo para a possibilidade de pesca entre outros; as margens aproveitáveis para entretenimento, extensão de percursos com segurança, visibilidade, possibilidade de banho (rios / lagos / lagoas), características da paisagem circundante e vegetação (área ocupada e tipo) foi determinado como um conjunto de fatores importantes que devem ser especificados com clareza para que o leitor fique ciente do que o local pode oferecer, e foram citados como relevantes e somam 71,43 %. Já a qualidade e cor de areia ou outro tipo de solo foram citadas como irrelevantes com um percentual de 57,14%, segundo os entrevistados é uma informação não muito necessária.

Segundo Oliveira (2000, p. 80) as ideais para banho são aquelas em que o mar, apesar das ondas, permite o uso com segurança e com temperatura agradável da água (...) Além da qualidade da água do mar, há aspectos relacionados com o tipo de areia. Há praias com areias brancas, tão finas, que rangem com a fricção dos pés, como as praias de Natal, no Rio Grande do Norte. Outras são feitas artificialmente com areia fina, como a praia de Waikiki em Honolulu, Havaí, e a praia do Arenal, em Palma de Mallorca, na Espanha, ou com cascalhos de corais triturados, como a praia de Miami Beach. Algumas têm seixos roliços, como a praia de Nice na França, que obriga os banhistas a utilizar proteção nos pés e cadeiras para deitar.

A qualidade da água do mar (azul, verde, transparente, livre de poluição) e o visual que as praias podem oferecer, independente das condições de utilização, constituem aspectos significativos para que se tornem atração turística. A transparência das águas pode permitir a criação de produto turístico específico: os passeios de barco com fundo de vidro e mergulhos para apreciar a flora e a fauna marítima.

Com 57,14% e totalmente relevante os atrativos naturais é visto como o principal produto turístico a ser explorado na região, podendo ressaltar quais as possíveis áreas para as práticas de eco-turismo, pesca esportiva e turismo rural; a morfologia (formas da terra), altura,

nível de poluição, locais e percursos com interesses de visitação receberam o mesmo valor percentual, mas relevantes.

O turismo ecológico é um produto de lazer e turismo sendo um atrativo natural, como afirma Barreto; Tamanini (2002, p. 33) denominação dada ao deslocamento de pessoas para espaços naturais, com ou sem equipamentos receptivos, motivadas pelo desejo/necessidade de fruição da natureza, observação passiva da flora, da fauna, da paisagem e dos aspectos cênicos do entorno. Nesse sentido, pode ser também chamado de turismo de natureza, ou turismo verde.

Para os entrevistados a fauna e a singularidade (importância local; regional e nacional) são totalmente relevantes como também relevantes, os locais para a visitação devem ter um diferencial que faz com que haja um interesse em ir visitá-lo; a intensidade dos ventos e área interna (altura / largura / extensão) é relevante, em geral totalizam 42,86 %. Entretanto acham que é de irrelevância com o mesmo percentual dos demais a conformação geológica. Seria um dado sem valor na matéria jornalística.

Sabemos que as atrações oferecem a razão individual mais importante para o turismo de lazer em uma destinação. Muitos dos componentes da viagem turística - por exemplo, o transporte e a hospedagem - são demandas derivadas do desejo do visitante de desfrutar do que uma destinação apresenta em termos de “coisas para ver e fazer” (COOPER; FLETCHER; WANHILL; GILBERT; SHEPHERD, 2001, p. 327).

Segundo a análise este item foi o mais complicado em termos de entendimento em grau de importância para o acúmulo de dados para se redigir a referente matéria jornalística, segundo alguns entrevistados foi difícil detectar qual o grau de relevância específica para cada item, pois para eles depende muito do local a ser comentado, alguns disseram que há cidades na região que necessitam destes dados para ser ressaltados e há outras que não necessitam, por não possuir as características referentes à análise.

No item A2 – Atrativos Culturais na opinião dos entrevistados é totalmente relevante, da mesma forma que os naturais, a parte cultural vêm a ser um conjunto de atrativos que refletem os hábitos e costumes antigos que estão registrados e foram preservados os momentos importantes da história da cidade, o local de ocorrência, festas, comemoração; as atividades também são totalmente relevantes (71,43%), a informação da distância até o local, se é de fácil acesso, possui estacionamento, entre outros, informações básicas necessárias.

Para Gastal (2000, p. 126) “o que vemos acontecer com o chamado turismo cultural é que ele tem sido constituído basicamente em torno de grandes ícones culturais - o Museu do Louvre, a Torre de Pisa, as Pirâmides do Egito - cujo poder simbólico para a civilização

ocidental é histórico e historicamente constituído, e de uma indústria de souvenirs composta por peças produzidas em série e, geralmente, em materiais baratos, como o plástico. Em ambos os casos, reforça-se a noção de viagem vista do ponto de vista do sedentário, dos ícones estáticos, constituídos para marcar o local”.

Muitas atrações artificiais são produtos da história e da cultura. A variedade de galerias de arte e museus nas principais atrações turísticas do mundo é geralmente muito grande e muitas têm um tema específico (...) Onde há velhos prédios industriais, mercados em desuso, estações de trem e docas perto de centros urbanos, tem sido muito comum convertê-los em zonas turísticas que servem aos visitantes e aos residentes (COOPER; FLETCHER; WANHILL; GILBERT; SHEPHERD, 2001, p. 335).

Os produtos e/ou objetos para comercialização/consumo, manifestações culturais incorporadas ao atrativo, locais e percursos com interesse para visita são relevantes (85,71%), eles estão interligados e necessitam de um estudo aprofundado para se fornecer ao leitor.

Esse tipo de turismo tem um público muito específico. A atração cultural passa a ser a única motivação para visitar um país (OLIVEIRA, 2000, p. 64).

A época de construção e/ou elaboração e valor histórico e coleções principais: acervos e espécies são totalmente relevantes, são dados que deve estar disponíveis em abundância nas matérias inseridas, uma igreja, por exemplo, que estava com a estrutura abalada, mas foi reformada deixando o local como o de sua origem e atualmente está conservada, valiosa informação; técnicas e métodos utilizados e sua importância técnica e estado de conservação, a situação e ambiência são relevantes (57,14%) não sendo extremamente importantes. As características da construção são totalmente relevante como também relevante (42,86%); as características tipológicas e aspectos notáveis também são relevantes.

Os roteiros turísticos, principalmente em países europeus, incluem frequentemente a visita a uma igreja. Cada qual tem uma história muito própria para contar sobre sua participação na vida da população, além de variados aspectos na arquitetura, nos vitrais e nas imagens dos santos (OLIVEIRA, 2000, p. 97).

Os resultados apresentados neste item podem ser visto como importantes, os entrevistados relataram que a parte de atrativos culturais é uma união com os naturais, mas que são mais notáveis, eles acreditam que as pessoas tentam buscar o valor histórico de cada local a ser visitado.

No item A3 - Atividades Econômicas, a maioria dos entrevistados acham que é relevante (57,14%).

Os entrevistados acreditam que dados sobre as atividades econômicas são importantes serem demonstrados na matéria jornalística.

Para Balanzá (2003, p. 8) “a tendência do turismo é o crescimento. Por isso, os lugares que pelas suas características de clima, paisagem, tradições, cultura, etc. Sejam suscetíveis de abrir-se ao mundo do turismo fariam bem em tentá-lo, já que têm muitas possibilidades de conseguir um desenvolvimento econômico interessante a médio prazo”.

Pelo que foi descrito, percebe-se que o turismo tem um efeito multiplicador uma vez que precisa da criação ou do desenvolvimento de outras muitas atividades econômicas, e até de mudanças na estrutura econômica tradicional.

As Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas, item A4 foi concluído como relevante (85,71%), leitores e turistas de negócios costumam ficar informados sobre o assunto.

É praticado por quem deseja participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns (profissionais, entidades associativas, culturais, desportivas) ou por expor ou lançar novos artigos no mercado (OLIVEIRA, 2000, p. 64).

Com o resultado apresentado nota-se uma porcentagem alta, os entrevistados acham que estas realizações ajudam no movimento de pessoas no município.

Eventos programados citado no item A5 é referido como relevante (57,14%), segundo os entrevistados, são eventos que marcam na cidade, muitos comparecem anualmente nos dias festivos e festas tradicionais.

Além de ser um bom negócio para os núcleos receptivos, esse tipo de turismo acontece independente dos fatores climáticos.

Com a organização, divulgação e inscrições nos eventos são realizadas com muita antecedência (de um a cinco anos), os interessados (convencionais, expositores, etc.) garantem suas presenças também com muita antecedência. O resultado é a certeza do sucesso do evento (OLIVEIRA, 2000, PAG. 64).

Segundo Bahl (2003, p. 21) “evento também pode ser definido como um instrumento estratégico, diretamente ligado ao marketing e que reúne pessoas interessadas em um mesmo objetivo”. É um veículo aproximado, pois permite qualquer aproximação entre o público-alvo e a instituição. Sua eficácia está na dependência do uso adequado de um sistema eficiente de comunicação.

Tabela 4 – Grau de relevância das categorias de análise dos Atrativos Turísticos na opinião dos Jornalistas

Categorias de análise dos atrativos turísticos e características relevantes	(+2) Totalmente Relevante		(+1) Relevante		(0) Sem Opinião		(- 1) Irrelevante		(- 2) Totalmente Irrelevante	
A1 Atrativos Naturais	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
▪ Morfologia (formas da terra)	1	14,3%	4	57,14%	-	-	2	28,57%	-	-
▪ Altura	1	14,3%	4	57,14%	-	-	2	28,57%	-	-
▪ Vegetação (área ocupada e tipo)	2	28,57%	5	71,43%	-	-	-	-	-	-
▪ Fauna	3	42,86%	3	42,86%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Características da paisagem circundante	-	-	5	71,43%	-	-	2	28,57%	-	-
▪ Locais e percursos com interesses de visitação	3	42,86%	4	57,14%	-	-	-	-	-	-
▪ Qualidades das praias fluviais e/ou lacustres	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-	-	-
▪ Qualidades de água (cor/transparência e temperatura)	5	71,43%	2	28,57%	-	-	-	-	-	-
▪ Intensidade dos ventos	-	-	3	42,86%	2	28,57%	2	28,57%	-	-
▪ Nível de poluição	2	28,57%	4	57,14%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Qualidade e cor de areia ou outro tipo de solo	1	14,3%	2	28,57%	-	-	4	57,14%	-	-
▪ Margens aproveitáveis para entretenimento	-	-	5	71,43%	2	28,57%	-	-	-	-
▪ Volume de água	-	-	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Área interna (altura / largura / extensão)	1	14,3%	3	42,86%	2	28,57%	1	14,3%	-	-
▪ Conformação geológica	1	14,3%	1	14,3%	2	28,57%	3	42,86%	-	-
▪ Extensão de percursos com segurança	1	14,3%	5	71,43%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Visibilidade	1	14,3%	5	71,43%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Possibilidade de banho (rios / lagos / lagoas)	1	14,3%	5	71,43%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Singularidade (importância local; regional e nacional)	3	42,86%	3	42,86%	-	-	1	14,3%	-	-
A2 Atrativos Culturais	5	71,43%	1	14,3%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Situação e ambiência	2	28,57%	4	57,14%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Época de construção e/ou elaboração e valor histórico	4	57,14%	2	28,57%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Características da construção	3	42,86%	3	42,86%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Características tipológicas e aspectos notáveis	1	14,3%	3	42,86%	2	28,57%	1	14,3%	-	-
▪ Coleções principais: acervos e espécies	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
▪ Local de ocorrência, festas, comemorações a atividades	5	71,43%	1	14,3%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Produtos e/ou objetos para comercialização/consumo	-	-	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Manifestações culturais incorporadas ao atrativo	-	-	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-
▪ Técnicas e métodos utilizados e sua importância técnica	2	28,57%	4	57,14%	-	-	1	14,3%	-	-
▪ Locais e percursos com interesse para visitação	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-	-	-
▪ Estado de conservação	1	14,3%	4	57,14%	2	28,57%	-	-	-	-
A3 Atividades Econômicas	1	14,3%	4	57,14%	1	14,3%	1	14,3%	-	-
A4 Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas	1	14,3%	6	85,71%	-	-	-	-	-	-
A5 Eventos Programados	3	42,86%	4	57,14%	-	-	-	-	-	-

Na tabela 5 encontra-se caracterizado os dados em relação aos Serviços e Equipamentos Turísticos. Identificamos no item B1 - Hospedagem que a maioria dos entrevistados concluiu que estas informações são relevantes (57,14%). Disseram que a maioria dos turistas em visita aos municípios, vai para visitar amigos e parentes, e acreditam que a maioria utiliza as instalações da casa de familiares. Uma minoria utiliza o serviço de hospedagem.

A hospedagem é um componente necessário ao desenvolvimento do turismo dentro de qualquer destinação que busque servir visitantes, outros que não viajantes de um dia. A qualidade e abrangência da hospedagem disponível refletirão e influenciarão o tipo de visitantes de um local (COOPER; FLETCHER; WANHILL; GILBERT; SHEPHERD, 2001, p. 351).

No item B2 – Alimentação foi referida como de totalmente relevante (57,14%), para os entrevistados é um item essencial, sendo evidente que todo ser humano para se sentir bem, necessita de uma boa alimentação, muitos procuram apreciar uma culinária diferente ou típica de cada localidade a ser visitada.

Muitas cidades tornam-se conhecidas e atrativas pelos produtos que oferecem à mesa. Pratos típicos, vinhos, queijos, patês, doces, chocolates, receitas exóticas. (OLIVEIRA, 2000, p. 70).

Agenciamento referido ao item B3 foi avaliado como relevante (57,14%), os entrevistados acham que é viável indicar ao turista uma agência onde o mesmo possa se informar sobre sua possível viagem.

Thomas Cook (britânico, 1808-1892), “pai” das agências de viagens e de muitas outras facilidades para a indústria do turismo, percebe um fato crucial: para desenvolver uma viagem não eram somente necessários o navio ou o trem: requeria-se também a organização de diversos serviços, como informar a clientela potencial e oferecer também o serviço de hospedagem.

No item B4 – Transportes - foi apresentado como relevante (57,14%), os entrevistados disseram que é necessário informar ao leitor qual a melhor maneira de se chegar, como é feito o acesso e qual tipo de transporte é disponibilizado no local.

O sistema de transportes é um conjunto de meios de transporte apropriados para levar pessoas e cargas de um lugar para o outro, através de rodovia, ferrovia, hidrovia e via aérea (BENI, 2002, p. 287).

O transporte é um elemento essencial do produto turístico de duas formas: é o meio de alcançar a destinação e é o meio de movimentar-se nela. Cada vez mais, sendo o transporte visto como parte do lazer, a viagem é pelo menos tão importante como a própria destinação. Para certos tipos de visitantes, a viagem é vista como uma atração em si e certamente como parte da experiência turística (COOPER; FLETCHER; WANHILL; GILBERT; SHEPHERD, 2001, p. 307).

Eventos, item B5, foi o mais discutido em relação de relevância, a maioria acredita que toda localidade exerce um tipo de evento, ou melhor, vários, bailes, boates, grupos de eventos promovem semanalmente festas nos municípios, eventos que muitos desconhecem ou não são informados pelo fato da falta de divulgação, seguido deste pensamento, foi relevante (85,71%) na opinião deles.

O segmento de eventos é propulsor do desenvolvimento turístico de um país, além de ser um elemento estabilizador que preenche os espaços ociosos nos períodos de baixa estação. Todavia, deve-se considerar que este segmento apóia-se fortemente no setor de serviços, o que sugere uma política centralizada cada vez mais nos recursos humanos. (BAHL, 2003, p. 8).

O item B6 – Lazer e entretenimento são visto como totalmente relevante (57,14%), fica evidente que o lazer é um elemento importante para a vida humana, e que por sinal, os entrevistados apresentaram-se conscientes em relação a seu valor.

Para Oliveira (2000, p. 62), “o turismo de lazer é o turismo praticado por pessoas que viajam por prazer, sem pretensões. Desejam apenas conhecer novos locais, mudar de ambiente, descansar, rever amigos, visitar parentes, curtir a paisagem, sair em férias com a família”. É o tipo de turismo que pode ser praticado em qualquer lugar.

Verificou-se no item B7 - Outros Serviços e Equipamentos Turísticos, que a maioria dos entrevistados totalizou como relevantes (71,43%), concluindo que quanto mais conteúdo tiver e informações sobre os locais turísticos, melhor será o aproveitamento da matéria jornalística.

Para Teixeira (1999, p. 47) “Ao deslocar-se de sua cidade para uma outra, onde deverá permanecer por curto espaço de tempo e conhecer o máximo daquela localidade, o turista necessita encontrar um lugar seguro, agradável e em que possa deslocar-se com facilidade, sem riscos de ser molestado ou de não encontrar os destinos desejados em seus passeios”.

Tabela 5 – Grau de relevância das categorias de análise dos Serviços e Equipamentos Turísticos na opinião dos Jornalistas

Categorias de análise dos Serviços e Equipamentos Turísticos	(+2) Totalmente Relevante		(+1) Relevante		(0) Sem Opinião		(- 1) Irrelevante		(- 2) Totalmente Irrelevante	
	B1 Hospedagem	3	42,86%	4	57,14%	-	-	-	-	-
B2 Alimentação	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
B3 Agenciamento	2	28,57%	4	57,14%	-	-	1	14,3%	-	-
B4 Transporte	3	42,86%	4	57,14%	-	-	-	-	-	-
B5 Eventos	1	14,3%	6	85,71%	-	-	-	-	-	-
B6 Lazer e Entretenimento	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
B7 Outros Serviços e Equipamentos Turísticos	-	-	5	71,43%	1	14,3%	-	-	1	14,3%

Na tabela 6 encontra-se caracterizado os dados em relação à infra-estrutura de Apoio ao Turismo. Identificamos no item C1 - Informações Básicas do Município, que a maioria dos entrevistados somam (71,43%), acham que as informações Básicas do Município são totalmente relevantes, com elas são possíveis formular uma matéria ampla sobre o referente assunto a ser divulgado.

Em suma, a oferta em turismo pode ser concebida como um conjunto dos recursos naturais e culturais, que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado (BENI, 1997, p. 159).

No item C2 – Meios de acesso ao Município, foi citado como totalmente relevante (57,14%), segundo os entrevistados a informação das vias de acesso, se são de mão única ou duplicada, rodovias a seguir, se há possibilidade de pouso de pequenos aviões, por fim sendo importantes informações, o Sistema médico-hospitalar - item C5 obteve a mesma relevância e percentual, segundo eles o turista deve ser informado sobre possíveis unidades médicas de apoio em caso de necessitá-la. Já o Sistema de Segurança - item C4, seguido pelo percentual (57,14%), mas visto por eles como relevante. A necessidade de segurança é inevitável em qualquer lugar.

Estão aqui compreendidas todas as formas de acesso aos locais turísticos.

São estradas, os portos, os aeroportos, as rodovias, as estações de trem e os meios de transporte geral (OLIVEIRA, 2000, p. 58).

Segundo Youell (2002, p. 172) “segurança, confiança, conforto, rapidez, conveniência e meios de transporte acessíveis, além de uma infra-estrutura de transporte adequada, são pré-requisitos para o desenvolvimento bem-sucedido do turismo”.

Para Gonçalves (1982, p. 18) “um dos fatores causais das condições de saúde é, sem dúvida, a existência dos serviços de saúde. Estes podem ser definidos como aqueles que tratam do exercício legitimado da medicina, da odontologia e outras atividades cujo fim explícito é preservar o restaurar a saúde da população”.

Com 87,71% foram citados como relevantes os item C6 - Sistema Educacional e o item C7 Outros Serviços e Equipamentos de Apoio.

A disponibilidade de informações constitui-se na “matéria-prima” básica do planejamento. Nesse sentido, buscou-se investigar o grau de utilização de outros serviços e equipamentos turísticos, no emissivo (agencia de viagem) e nos centros receptores (serviços

loais), de modo a subsidiar ações para a regularidade da oferta e organização da demanda (BENI, 1997, p. 232).

O item C3 – Sistema de Comunicações é visto como relevante com um percentual de 71,43%, para os entrevistados, a comunicação é uma das principais ferramentas para estimular e movimentar o fluxo nas localidades.

É preciso divulgar os atributos, as qualidades do produto, pois se não há conhecimento, nunca teremos condições de explorá-lo (LAGE; MILONE, 2000, p. 92).

Finalizando os resultados da pesquisa, para Beni (1997, p. 240) em suma, o que se destaca é a necessidade de ser estabelecida uma ordenação básica de motivações, gostos e atividades turísticas, com o objetivo de se obter uma classificação inicial de todos aqueles fatores espaciais que comporão a causa fundamental da distribuição da demanda nas distintas áreas de vocação turística.

Tabela 6 – Grau de relevância das categorias de análise da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo na opinião dos Jornalistas

Categorias de análise da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	(+2) Totalmente Relevante		(+1) Relevante		(0) Sem Opinião		(- 1) Irrelevante		(- 2) Totalmente Irrelevante	
	C1 Informações Básicas do Município	5	71,43%	2	28,57%	-	-	-	-	-
C2 Meios de Acesso ao Município	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
C3 Sistema de Comunicações	2	28,57%	5	71,43%	-	-	-	-	-	-
C4 Sistema de Segurança	3	42,86%	4	57,14%	-	-	-	-	-	-
C5 Sistema Médico-hospitalar	4	57,14%	3	42,86%	-	-	-	-	-	-
C6 Sistema Educacional	-	-	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-
C7 Outros Serviços e Equipamentos de Apoio	-	-	6	85,71%	1	14,3%	-	-	-	-

5.12 Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística

Nos quadros 31, 32 e 33 encontram-se caracterizados as Categorias de análise dos atrativos turísticos, o grau de prioridade das características relevantes, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo, para uma produção textual sistêmica da atividade turística.

Este roteiro orienta a coleta de informações que os jornalistas necessitam para a redação da matéria jornalística, porém ainda precisam considerar como critérios de prioridade do conteúdo a escrever, a pauta e a centimetragem da matéria.

Categorias de análise dos atrativos turísticos, do grau de prioridade das características relevantes, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	Grau de prioridade
A Atrativos Turísticos	
A1 Atrativos Naturais	1
• Morfologia (formas da terra)	2
• Altura	2
• Vegetação (área ocupada e tipo)	2
• Fauna	1
• Características da paisagem circundante	2
• Locais e percursos com interesses de visitação	2
• Qualidades das praias fluviais e/ou lacustres	1
• Qualidades de água (cor/transparência e temperatura)	1
• Intensidade dos ventos	2
• Nível de poluição	2
• Margens aproveitáveis para entretenimento	2
• Volume de água	2
• Área interna (altura / largura / extensão)	2
• Extensão de percursos com segurança	2
• Visibilidade	2
• Possibilidade de banho (rios / lagos / lagoas)	2
• Singularidade (importância local; regional e nacional)	1
A2 Atrativos Culturais	1
• Situação e ambiência	2
• Época de construção e/ou elaboração e valor histórico	1
• Características da construção	1
• Características tipológicas e aspectos notáveis	2
• Coleções principais: acervos e espécies	1
• Local de ocorrência, festas, comemorações a atividades	1
• Produtos e/ou objetos para comercialização/consumo	2
• Manifestações culturais incorporadas ao atrativo	2
• Técnicas e métodos utilizados e sua importância técnica	2
• Locais e percursos com interesse para visitação	1
• Estado de conservação	2
A3 Atividades Econômicas	2
A4 Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas	2
A5 Eventos Programados	2

Quadro 31 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística dos Atrativos Turísticos

Categorias de análise dos atrativos turísticos, do grau de prioridade das características relevantes, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	Grau de prioridade
B Classificação dos Serviços e Equipamentos Turísticos	
B1 Hospedagem	2
B2 Alimentação	1
B3 Agenciamento	2
B4 Transporte	2
B5 Eventos	2
B6 Lazer e Entretenimento	1
B7 Outros Serviços e Equipamentos Turísticos	2

Quadro 32 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística dos Serviços e Equipamentos Turísticos

Categorias de análise dos atrativos turísticos, do grau de prioridade das características relevantes, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	Grau de prioridade
C Classificação da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	
C1 Informações Básicas do Município	1
C2 Meios de Acesso ao Município	1
C3 Sistema de Comunicações	2
C4 Sistema de Segurança	2
C5 Sistema Médico-hospitalar	1
C6 Sistema Educacional	2
C7 Outros Serviços e Equipamentos de Apoio	2

Quadro 33 – Roteiro Diagnóstico para Produção Textual Sistêmica da Atividade Turística da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente monografia possibilitou um estudo sobre o tema “mídia impressa como papel fundamental na divulgação dos recursos turísticos”, com a realização de um estudo bibliográfico sobre os conceitos de turismo, comunicação e mídia, sendo constatado que o referido tema é abrangente e que se planejado e desenvolvido adequadamente pode alavancar a economia de uma região. O importante não é simplesmente elaborar um plano, deve ser colocado à frente da coleta de dados um profissional especializado na área para identificar as potencialidades turísticas locais e serem adequadamente e rapidamente divulgadas.

Com relação à caracterização das cidades: Pirajuí, Arealva, Avaí, Balbinos, Guarantã, Iacanga, Pongaí, Presidente Alves, Reginópolis e Uru, estas foram escolhidas como objeto de estudo, por serem cidades de circulação do Jornal Gazeta de Pirajuí - Regional e mesmo de pequeno porte, possuem algum tipo de atividade turística e que muitos desconhecem, pelo fato de não serem divulgadas para a própria população local e regional. A variedade encontrada por meio deste foi bastante diversificada, algumas com atrativos turísticos naturais disponíveis para o aproveitamento do lazer e outras com atrativos culturais interessantes para se conhecer e desfrutar.

A maioria dos municípios oferece total infra-estrutura para o turista em sua visita, mesmo na falta de algum equipamento de apoio ou de serviço e equipamento turístico no local, a procura pode ser feita suprida por outra localidade vizinha, por estarem situadas a uma distância pequena uma das outras.

Na parte da pesquisa, foi possível levantar dados do perfil de cada entrevistado. Em relação a considerações sobre o grau de relevância turística de cada característica, o que seria importante e viável para a redação da matéria jornalística.

Ficou evidente que cada jornalista tem uma visão particular em relação a explorar uma localidade, a contribuição deste trabalho foi elaborar um roteiro que pudesse auxiliar o jornalista na coleta de informações turísticas disponíveis e passar para o leitor pelo veículo de comunicação: impressa, o jornal.

Em contrapartida a visão do turismólogo é voltada ao planejamento, que é extremamente necessário em cada localidade, o levantamento de atrativos, serviços e equipamentos de apoio são a base de dados necessária para que a organização do turismo seja satisfatória.

Esta monografia contribui para que os municípios tenham possibilidades de serem explorados na área turística, mas, para que isto aconteça, as informações necessárias devem ser dadas a todos de uma maneira ampla e detalhada. O veículo de informação mais utilizado, em específico a mídia impressa, por ser de fácil acesso e procurado pela população local e regional, atenda as necessidades do turista e os jornalistas possam tomar como base o roteiro proposto neste trabalho.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Luiz. **Jornalismo Matéria de Primeira Página**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- ANDRADE, José V. de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.
- AREALVA – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.arealva.sp.gov.br>> Acesso: 15/04/2008.
- AVAÍ – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.avai.sp.gov.br>> Acesso em: 01/02/2008.
- BAHL, Miguel. **Eventos A Importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- BALANZÁ, Isabel M. ; NADAL Mónica C. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Thomson, 2003.
- BALBINOS – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.balbinos.sp.gov.br>> Acesso em: 03/02/2008.
- BARBOSA, Melgaço B. **O Despertar do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2001.
- BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas: Papyrus, 1995.
- BARRETTO, Margarita; TAMANINI, Elizabete. **Redescobrimo a Ecologia no Turismo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- BENI, Mário C. **Análise Estrutural do Turismo**. 7ª ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.
- Brasil. **Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: Instrumento de Pesquisa**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: http://institucional.turismo.gov.br/regionalizacao/arqreg/doc_download/manual_do_pesquisador_intrumento_de_pesquisa_formularios.pdf. Acesso em: 27/03/2008.
- COLONIA DE FÉRIAS. Disponível em: <<http://www.usceesp.org.br>> Acesso em: 02/04/2008.
- COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo Princípios e Prática**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- DE LA TORRE, Oscar. **El Turismo, Fenómeno Social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

DENKER, Ada de F.M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 5 ed. São Paulo: Futura, 2001.

DOMINGUES, Muricy; HEUBEL, Maricê T. C; ABEL, Ivan J. **Bases Metodológicas Para o Trabalho Científico**. Bauru: EDUSC, 2003.

DORNELLES, Beatriz. **Mídia, Imprensa e as Novas Tecnologias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

DUGUID, John S. B. P. **A Vida Social da Informação**. São Paulo: Makron, 2001.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1978.

GASTAL, Susana. **Turismo: 9 Propostas para um Saber-Fazer**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

GONÇALVES, Ernesto L. **Administração de Saúde no Brasil**. São Paulo: Livraria Pioneira, 1982.

GUARANTÃ – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.portalpublico.com.br>> Acesso em: 02/02/2008.

HOTEL ESTÂNCIA HIDROMINERAL QUILOMBO. **Dados gerais**. Disponível em: <<http://www.hotelquilombo.com.br>> Acesso em: 22/03/2008.

IACANGA – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.iacanga.sp.gov.br>> Acesso em: 15/02/2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>, Acesso em 20/04/2008.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing Turístico e de Hospitalidade**. São Paulo: MAKRON Books, 2000.

LICKORISH, Leonard J; JENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campos, 2000.

LIMA, Venício A. De. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MAPAS DOS MUNICÍPIOS. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org>> Acesso em: 29/03/2008.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MILONE, Paulo C.; LAGE, Beatriz H. G. **Turismo Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

NIELSEN, Christian. **Turismo e Mídia: O Papel da Comunicação na Atividade Turística**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Antônio P. **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PIRAJUÍ – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.pirajui.sp.gov.br>>. Acesso em: 12/01/2008.

PIRAJUÍ PLAZA HOTEL. **Dados**. Disponível em: <<http://www.pirajuiplazahotel.com.br>>. Acesso em: 29/02/2008.

PONGAÍ – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.portalpublico.com.br>> Acesso em: 14/04/2008.

PORTAL TV TEM MAIS. **Cidades**. Disponível em: <<http://tvtem.globo.com>> Acesso em: 15/02/2008.

PRESIDENTE ALVES – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.presidentealves.sp.gov.br>> Acesso em: 13/04/2008.

QUEIROZ, Adolpho; OLIVEIRA, Dennis de. (orgs) **Jornais Centenários de São Paulo**. Piracicaba: Degaspari, 2002.

REGINÓPOLIS – SP. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.reginopolis.sp.gov.br>> Acesso em: 04/02/2008.

ROSE, Alexandre T. de. **Turismo: Planejamento e Marketing**. Barueri: Manoele, 2002.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do meio ambiente**. 3 ed. Campinas: Papirus, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

SEADE, Fundação. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br>>, Acesso em 14/05/2008.

SILVERSTONE, Roger. **Porque estudar a Mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2007.

SOUZA, Jésus B. De. **Meios de Comunicação de Massa Jornal, Televisão, Rádio**. São Paulo: Scipione, 1996.

SOUSA, Jorge P. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

STEINBERG, Charles S. **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo: Editora Cultrix, 1968.

TEIXEIRA, Elder L. **Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 1999.

TITO MADI. **Dados.** Disponível em: <<http://www.almacarioca.com.br>> Acesso em: 28/03/2008.

URRY, John. **O Olhar do Turista.** São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.

URU – SP. **Dados Gerais.** Disponível em: <<http://prefeiturauru.com.br>> Acesso em: 05/02/2008.

YOUELL, Ray. **Turismo: Uma Introdução.** São Paulo: Contexto, 2002.

ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

Anexo A – Formulário – Análise da Relevância das Informações Características dos Municípios Turísticos	152
---	-----

Este formulário é um instrumento de pesquisa com finalidades acadêmicas realizada pela aluna concluinte do Bacharelado em Turismo da USC, *Juliana Cristina Romani Moreira*. O trabalho de conclusão de curso em que esta pesquisa se insere é uma monografia que tratará o tema “*A mídia impressa como papel fundamental na divulgação dos Recursos Turísticos*”. Para tanto, pedimos a sua colaboração no preenchimento deste instrumento de coleta de dados.

Por sua atenção, obrigado!

FORMULÁRIO – Análise da Relevância das Informações Características dos Municípios Turísticos

1 Identificação

1.1 Idade: _____ anos

1.2 Sexo: () Masculino () Feminino

1.3 Segmento: _____

1.4 Quanto tempo atua no área do jornalismo? _____ anos

2 Na sua opinião qual o grau de relevância você atribui para as categorias de análise relacionadas abaixo?

Categories de análise dos atrativos turísticos, das características relevantes, dos Serviços e Equipamentos Turísticos e Infra-estrutura de Apoio ao Turismo	(+2) Totalmente Relevante	(+1) Relevante	(0) Sem Opinião	(- 1) Irrelevante	(- 2) Totalmente Irrelevante
A Atrativos Turísticos					
A1 Atrativos Naturais					
Morfologia (formas da terra)					
Altura					
Vegetação (área ocupada e tipo)					
Fauna					
Características da paisagem circundante					
Locais e percursos com interesses de visitação					
Qualidades das praias fluviais e/ou lacustres					
Qualidades de água (cor/transparência e temperatura)					
Intensidade dos ventos					
Nível de poluição					
Qualidade e cor de areia ou outro tipo de solo					
Existência de ilhas / corredeiras / várzeas					
Margens aproveitáveis para entretenimento					
Volume de água					
Área interna (altura / largura / extensão)					

Conformação geológica					
Extensão de percursos com segurança					
Visibilidade					
Possibilidade de banho (rios / lagos / lagoas)					
Singularidade (importância local; regional e nacional)					
A2 Atrativos Culturais					
Situação e ambiência					
Época de construção e/ou elaboração e valor histórico					
Características da construção					
Características tipológicas e aspectos notáveis					
Coleções principais: acervos e espécies					
Local de ocorrência, festas, comemorações a atividades					
Formas de apresentação e/ou uso					
Formas de elaboração ou tratamento					
Produtos e/ou objetos para comercialização/consumo					
Manifestações culturais incorporadas ao atrativo					
Técnicas e métodos utilizados e sua importância técnica					
Locais e percursos com interesse para visitação					
Estado de conserva�o					
A3 Atividades Econ�micas					
A4 Realiza�es Técnicas, Científicas e Artísticas					
A5 Eventos Programados					
B Classifica�o dos Serviços e Equipamentos Turísticos					
B1 Hospedagem					
B2 Alimenta�o					
B3 Agenciamento					
B4 Transporte					
B5 Eventos					
B6 Lazer e Entretenimento					
B7 Outros Serviços e Equipamentos Turísticos					
C Classifica�o da Infra-estrutura de Apoio ao Turismo					
C1 Informa�es Básicas do Município					
C2 Meios de Acesso ao Município					
C3 Sistema de Comunica�es					

C4 Sistema de Segurança					
C5 Sistema Médico-hospitalar					
C6 Sistema Educacional					
C7 Outros Serviços e Equipamentos de Apoio					

ÍNDICE

2.3.1 Mídia Impressa	26
2.3.2 A Importância do Profissional de Turismo na Matéria Jornalística	28
4.2.1 Pesquisa Qualitativa	34
5.1.1 Delimitação da Área	37
5.1.2 Localização e Limites	38
5.1.3 Aspectos Históricos	39
5.1.4 Aspectos Sócio-econômicos	41
5.1.5 Condições de Vida.....	42
5.1.6 Economia	42
5.1.7 Aspectos turísticos.....	44
5.1.7.1 Condições Naturais – Clima	44
5.1.7.2 Recursos culturais.....	44
5.1.7.3 Agenciamento.....	47
5.1.7.4 Meios de Hospedagem	47
5.1.7.4.1 Pirajuí Plaza Hotel.....	47
5.1.7.5 Alimentação.....	48
5.1.7.6 Sistema Médico-Hospitalar	49
5.1.7.7 Acesso / transporte	49
5.1.7.8 Eventos	50
5.1.7.9 Lazer e Entretenimento.....	51
5.2.1 Delimitação da Área	52
5.2.2 Localização e Limites.....	53
5.2.3 Aspectos Históricos	54
5.2.4 Distrito de Jacuba	55
5.2.5 Aspectos Sócio-econômicos	56
5.2.6 Condições de vida.....	56
5.2.7 Economia	57
5.2.8 Aspectos Turísticos	58
5.2.8.1 Condições Naturais – Clima	58
5.2.8.2 Recursos Culturais.....	58
5.2.8.3 Meios de Hospedagem	58

5.2.8.4 Alimentação.....	59
5.2.8.5 Sistema Médico-Hospitalar	59
5.2.8.6 Acesso/Transporte	59
5.2.8.7 Eventos	60
5.2.8.8 Lazer / Entretenimento	61
5.3.1 Delimitação da Área	63
5.3.2 Localização e Limites.....	64
5.3.3 Aspectos Históricos	65
5.3.4 Aspectos Sócio-econômicos	66
5.3.5 Condições de vida.....	66
5.3.6 Economia	67
5.3.7 Aspectos Turísticos	67
5.3.7.1 Condições Naturais – Clima.....	67
5.3.7.2 Recursos Culturais.....	68
5.3.7.3 Meios de Hospedagem	69
5.3.7.4 Alimentação.....	69
5.3.7.5 Sistema Médico-Hospitalar	69
5.3.7.6 Acesso/Transporte	70
5.3.7.7 Eventos	70
5.3.7.8 Lazer e Entretenimento.....	71
5.4.1 Delimitação da Área	73
5.4.2 Localização e Limites.....	74
5.4.3 Aspectos Históricos	75
5.4.4 Aspectos Sócio-econômicos	76
5.4.5 Condições de vida.....	77
5.4.6 Economia	77
5.4.7 Aspectos Turísticos	78
5.4.7.1 Condições naturais – Clima.....	78
5.4.7.2 Meios de Hospedagem	78
5.4.7.3 Alimentação.....	79
5.4.7.4 Sistema Médico-hospitalar	79
5.4.7.5 Acesso/ Transporte	79
5.4.7.6 Eventos	79
5.4.7.7 Lazer e Entretenimento.....	80

5.5.1 Delimitação da Área	81
5.5.2 Localização e Limites	82
5.5.3 Aspectos Históricos	82
5.5.4 Aspectos Sócio-econômicos	83
5.5.5 Condições de vida.....	84
5.5.6 Economia	84
5.5.7 Aspectos Turísticos	85
5.5.7.1 Condições Naturais - Clima.....	85
5.5.7.2 Recursos Culturais	85
5.5.7.3 Meios de Hospedagem	85
5.5.7.4 Alimentação.....	86
5.5.7.5 Sistema Médico-Hospitalar	86
5.5.7.6 Acesso/Transporte	86
5.5.7.7 Eventos	87
5.5.7.8 Lazer e Entretenimento.....	88
5.6.1 Delimitação da Área	88
5.6.2 Localização e Limites	89
5.6.3 Aspectos Históricos	90
5.6.4 Aspectos Sócio-econômicos	91
5.6.5 Condições de vida.....	91
5.6.6 Economia	92
5.6.7 Aspectos Turísticos	92
5.6.7.1 Condições Naturais – Clima	92
5.6.7.2 Meios de Hospedagem	93
5.6.7.2.1 Hotel Estância Hidromineral Quilombo.....	93
5.6.7.2.2 Colônia de Férias da União dos Funcionários do Banco Nossa Caixa.....	94
5.6.7.3 Alimentação.....	95
5.6.7.4 Sistema Médico-Hospitalar	95
5.6.7.5 Acesso/Transporte	95
5.6.7.6 Eventos	96
5.6.7.7 Lazer e Entretenimento.....	96
5.7.1 Delimitação da Área	97
5.7.2 Localização e Limites	97
5.7.3 Aspectos Históricos	98

5.7.4 Aspectos Sócio-econômicos	99
5.7.5 Condições de vida.....	99
5.7.6 Economia	100
5.7.7 Aspectos Turísticos	100
5.7.7.1 Condições Naturais – Clima	100
5.7.7.2 Recursos Culturais	100
5.7.7.3 Meios de Hospedagem	100
5.7.7.4 Alimentação.....	101
5.7.7.5 Sistema Médico-Hospitalar	101
5.7.7.6 Acesso/Transporte	101
5.7.7.7 Eventos	101
5.7.7.8 Lazer / entretenimento	101
5.8.1 Delimitação da Área	103
5.8.2 Localização e Limites	103
5.8.3 Aspectos Históricos	104
5.8.3.1 Histórico do Distrito de São Luiz de Guaricanga.....	106
5.8.4 Aspectos Sócio-econômicos	107
5.8.5 Condições de vida.....	108
5.8.6 Economia	108
5.8.7 Aspectos Turísticos	108
5.8.7.1 Condições Naturais – Clima	108
5.8.7.2 Recursos Culturais.....	109
5.8.7.3 Meios de Hospedagem	109
5.8.7.4 Alimentação.....	110
5.8.7.5 Sistema Médico - Hospitalar	110
5.8.7.6 Acesso/transporte	110
5.8.7.7 Eventos	110
5.8.7.8 Lazer/entretenimento	111
5.9.1 Delimitação da Área	112
5.9.2 Localização e Limites	112
5.9.3 Aspectos Históricos	113
5.9.4 Aspectos Sócio-econômicos	114
5.9.5 Condições de vida.....	115
5.9.6 Economia	115

5.9.7 Aspectos Turísticos	115
5.9.7.1 Condições Naturais - Clima.....	115
5.9.7.2 Meios de Hospedagem	116
5.9.7.3 Alimentação.....	116
5.9.7.4 Sistema Médico-hospitalar	116
5.9.7.5 Acesso/Transporte	116
5.9.7.6 Eventos	117
5.9.7.7 Lazer e Entretenimento.....	118
5.10.1 Delimitação da Área	120
5.10.3 Aspectos Históricos	121
5.10.4 Aspectos Sócio-econômicos	122
5.10.5 Condições de vida.....	123
5.10.6 Economia.....	124
5.10.7 Aspectos Turísticos	124
5.10.7.1 Condições Naturais – Clima.....	124
5.10.7.2 Meios de Hospedagem	124
5.10.7.3 Alimentação.....	124
5.10.7.4 Sistema Médico-Hospitalar	124
5.10.7.5 Acesso/Transporte	125
5.10.7.6 Eventos	125
5.10.7.7 Lazer e Entretenimento.....	125
5.11.1 Perfil dos Entrevistados	126
5.11.2 Opinião dos entrevistados.....	127